

**HUBUNGAN ANTARA BLOG DAN TINGKAT KETERBUKAAN DIRI
(*SELF-DISCLOSURE*) PADA ANGGOTA KOMUNITAS BLOGER
ANGING MAMMIRI**

OLEH :

**AYU INDAH TRISUSILOWATY
E311 13 306**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2017**

**HUBUNGAN ANTARA BLOG DAN TINGKAT KETERBUKAAN DIRI
(*SELF-DISCLOSURE*) PADA ANGGOTA KOMUNITAS BLOGER
ANGING MAMMIRI**

OLEH :

**AYU INDAH TRISUSILOWATY
E311 13 306**

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2017**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : **HUBUNGAN ANTARA BLOG DAN TINGKAT
KETERBUKAAN DIRI (*SELF DISCLOSURE*) PADA
ANGGOTA KOMUNITAS BLOGER ANGING
MAMMIRI**

Nama Mahasiswa : **Ayu Indah Trisusilowaty**

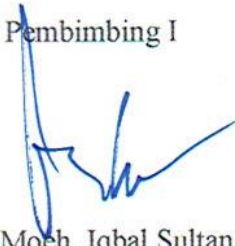
Nomor Pokok : **E311 13 306**

Telah diperiksa dan disetujui oleh pembimbing

Makassar, 01 Agustus 2017

Menyetujui

Pembimbing I



Dr. H. Moch. Iqbal Sultan, M.Si
NIP. 196312101991031002

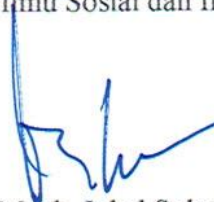
Pembimbing II



Drs. Sudirman Karnay, M.Si
NIP. 196410021990021001

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. H. Moch. Iqbal Sultan, M.Si
NIP. 1963121019910310002

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relations*, Pada Hari Selasa Tanggal 15 Agustus Tahun 2017.

Makassar, 25 Agustus 2017

TIM EVALUASI

Ketua : Dr. H. Moeh. Iqbal Sultan, M.Si.

()

Sekretaris : Drs. Sudirman Karnay, M.Si.

()

Anggota : 1. Drs. Mursalim, M.Si.

()

2. Dr. Muh. Akbar, M.Si.

()

3. Alem Febri Sonni, S.Sos., M.Si.

()

KATA PENGANTAR



Assalamu Alaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat juga hidayah-Nya atas kesehatan dan keselamatan yang selalu tercurah dari-Nya. Shalawat dan salam juga senantiasa tercurahkan pada Nabi besar Muhammad SAW.

Pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **Hubungan Antara Blog Dan Tingkat Keterbukaan Diri (*Self-Disclosure*) Pada Anggota Komunitas Anging Mammiri**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan dan untuk memperoleh gelar sebagai lulusan dari Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, Makassar.

Ucapan terima kasih yang begitu besar untuk kedua orang tua penulis yang tidak akan pernah ada habisnya. Atas cinta dan kasih sayang selama ini, terima kasih untuk Ayahanda Sobari dan Ibunda Waadah. Untuk setiap dukungan, pengorbanan yang tak ternilai, serta doa-doa yang ibu-bapak selalu haturkan setiap saat.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan serta masukan selama proses penyusunan skripsi ini, yaitu Bapak Dr. H. Moeh. Iqbal Sultan M.Si.

Pembimbing II sekaligus penasehat akademik Bapak Drs. Sudirman Karnay, M.Si. sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini mulai dari awal penyusunannya hingga akhir.

2. Bapak Drs. Mursalim, M.Si, yang telah membimbing penulis untuk menyelesaikan revisi skripsi. Serta nasehat-nasehat yang selalu diberikan untuk penulis.
3. Seluruh dosen Departement Ilmu Komunikasi atas segala ilmu, nasehat dan pelajaran yang telah dibagikan.
4. Seluruh staf Departement Ilmu Komunikasi, Pak Amrullah, Pak Ridho pada zamannya, Pak Herman, Ibu Ida serta para staf akademik FISIP atas bantuannya selama pengurusan berkas.
5. Kepada kakak penulis, mas Mail, mbak Amrotul dan kak Hasan atas kasih sayang, doa dan dukungan sehingga adikmu ini bisa menyelesaikan sekolahnya dengan tepat waktu.
6. Kepada keluarga penulis, walaupun jarak yang luas memisahkan kita, tapi doa yang luas tidak berhenti pula dihaturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa.
7. Untuk *baby* Arfan Rafli Alkhalifi dan *baby* Fatimah Az Zahra, kelahira kalian membuatku menjadi seorang mama. Walaupun *baby* Al dan *baby* Ara bukanlah anak yang mama kandung, bukanlah anak yang mama lahirkan, tapi mama membesarkan dengan penuh cinta kasih sayang. Terima kasih sudah lahir ke dunia dan menjadi penyemangat dalam kehidupan.

8. Terima kasih untuk rasa rindu kepada Alm. mas Azwar. Impianmu masih ku pegang sampai saat ini, dan itulah salah satu motivasi terbesar dalam hidupku. Semoga engkau turut berbahagia di alam sana melihat adikmu menyelesaikan studinya.
9. Kepada informan saya kak Nur Al-Marwah, ketua blogger Anging Mammiri saat ini, saya ucapkan terima kasih telah menyempatkan waktunya untuk memberikan data untuk penelitian ini.
10. Untuk sahabat terbaik yang pernah penulis miliki, Nona-Indah Wahyu Lestari atas pelajaran kehidupan yang begitu besar, kebijakanmu, juga kebaikanmu memberikan makan disaat penulis *kere*, penulis ucapkan banyak terima kasih. Penulis berharap impian bersama jalan keluar kota bias segera terwujud. Amin.
11. Kepada kak Akram atas kehadirannya yang ecara tidak langsung berkontribusi besar menetralsir rasa takut dan tekanan psikologis yang pernah dialami penulis. Atas pinjaman buku-bukunya penulis ucapkan terima kasih.
12. Kak Wardi, kakak *leader* terbaik yang pernah penulis miliki sekaligus merangkap sebagai pembimbing bayangan, yang berperan penting dalam penyelesaian skripsi ini. Terima kasih penulis ucapkan untuk setiap kotak susu ultra. Serta untuk kesabaran, untuk setiap kerjasama yang kompak, semoga tetap berkelanjutan.

13. Kepada Media Buzzer Group. Kak Usri, kakak bos yang baik hati dalam segala hal, terutama untuk setiap makanan yang akhirnya membuat penulis berhasil mendapatkan penambahan berat badan sebanyak 8kg! Kak Boyo, untuk setiap gangguannya saat penulis menyelesaikan skripsi, terima kasih. Semoga segera menyusul penulis. Kak Awhal, Kak Renaldi, Kak Dayat, Kak Fandi, Kak Alfian terima kasih untuk semangatnya. Kak Malik, terima kasih sudah mengajari penulis mengenai mazhab yang benar dalam dunia pengeditan. Kak Nurlailah dan kak Anugrah Reskiani terima kasih selalu mendengar curhatan adik manja yang resek ini. Kalian adalah kakak yang tidak pernah memanggil “adik” tapi menganggap penulis lebih dari adik, terima kasih untuk kebersamaannya, semoga selalu kompak.
14. Planetyar.com. Kakak blogger terkece Makassar yang baik hati mengajarkan penulis cara menggunakan aplikasi SPSS. Semoga kak Tyar segera menyelesaikan tesis dan segera menyusul penulis.
15. Teman-teman Britical. *Bring the pride of unique and radical*. Atas segala dukungan dan doanya, canda, tawa, tangis, kebersamaan, kegilaan selama perkuliahan. *See guys on Top!*
16. Teman seperjuangan mengurus berkas ujian, Reizki Fitriani Fahri alias Ekki dan Nurfair alias Asni, akhirnya kita bisa mencapai titik yang harus diselesaikan. Terima kasih atas waktu dan kebersamaannya.

17. Untuk teman-teman seperjuangan, Rahmawati, Sri Wahyuni Ibrahim, Israyanti Icha, Aisyah, Nunu Jingga, Andi Maya, Maya Evarahmayani, Anna, Andry, Iccang, Mames, Irma Rahmayani, terima kasih sudah menjadi teman main selama masa kuliah.
18. Keluarga besar komunitas Blogger Anging Mammiri dan MAM's atas ilmu serta pengalaman yang sangat luar biasa.
19. Keluarga besar KOSMIK atas ilmu yang tidak bisa penulis dapatkan di bangku kuliah. Kosmik unik dan radikal!
20. Teman KKN Enrekang, desa Tindalun gelombang 93, Kak Ros, Nursanti, Ratih, Kak Tian, kak Licon dan mas Rudi atas kebersamaan, keseruan, dan kekompakannya. Penulis berharap bisa sering berjumpa sebelum kesibukan benar-benar menyinggahi kehidupan.
21. Keluarga besar RPK FM 95.7 Makale, Kak Paul Reind, Kak Jayadi, Kak Intan, Kak Alan, Kak Cedric, Kak Jein, Kak Rosmeri, Kak Anti, Kak Rinda, dan semuanya yang tidak bisa penulis sebut satu persatu. Akhirnya penulis bisa menyelesaikan studinya. Semua ini karena RPK FM yang berhasil mengembangkan hobi, minat dan bakat penulis hingga penulis memiliki bakat di bidang broadcasting, kemudian akhirnya berkuliah di jurusan ilmu komunikasi Unhas, semua berkat keluarga besar RPK FM yang tidak berhenti member dukungan kepada penulis.

22. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih atas segalanya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun penulis telah berusaha menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Penulis berharap semoga skripsi ini akan bermanfaat bagi penulis dan juga pembacanya. Amin Ya Robbal Alamin...

Makassar, 6 Agustus 2017

Penulis

Ayu Indah Trisusilowaty

ABSTRAK

Ayu Indah Trisusilowaty. *Hubungan Antara Blog dan Keterbukaan Diri (Self-Disclosure) Pada Anggota Komunitas Blogger Anging Mammiri. (Dibimbing oleh Iqbal Sultan dan Sudriman Karnay).*

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya hubungan antara blog dan tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri dalam halaman blog yang mereka punya. Teori pendukung yang digunakan dalam penelitian ini antara lain, Teori Keterbukaan Diri (*Self Disclosure*), Teori Komunikasi Antarpribadi, Teori Media Baru, Teori Konsep Diri, Teori Johari Window dan Blog.

Penelitian ini berlangsung selama kurang lebih tiga bulan yakni bulan Mei hingga Juli 2017 yang dilakukan dengan menyebar kuesiner melalui Google Form dan dibagikan pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri melalui grup di media sosial via Facebook dan Line.

Pengumpulan data melalui kuesioner, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis tabel frekuensi, tabel silang, Chi-Square, dan uji Korelasi Kontingansi dengan menggunakan aplikasi *Statistical Product and System Solution* (SPSS) 23. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota komunitas blogger Anging Mammiri yang berjumlah 160 orang. Penentuan sampel menggunakan tabel Isaac dan Michael dari populasi keseluruhan diperoleh 110 responden. Teknik penarikan sampel yaitu menggunakan Sampling Random Sederhana.

Dari hasil penelitian ini diperoleh r sebesar 0,338 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang rendah tapi pasti antara pengguna blog terhadap tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri.

ABSTRACT

Ayu Indah Trisusilowaty. *The tittle of this research is The Relationship Between Blog and Level of Self-Disclosure On Members of Anging Mammiri Blogging Community.*

This research want to know the level of self disclosure on Anging Mammiri Blogging Community in their own blog. Using Self Discussion Theory, Interpersonal Communication Theory, New Media Theory, Self concept theory, Johari window theory and Blog as the supporting theory.

This research take three months strat from Mei to July 2017. This research was conducted by spreading the questionnaire through Google Form and distributed to members of the Anging Mammiri blogging community through groups in social media via Facebook and Line.

The technique of data analysis using frequency table analysis, Chi-Square analysis, and Correlation Contingency analysis, with Statistical Product and System Solution (SPSS) application 23. The population of this research is all members of Anging Mammiri blogging community which aggregated as 160 persons. Using tables Isaac and Michael formula to choose the sample from the population, we got 110 respondent. Technique of collecting data using Simple Random Sampling. Technique of collecting data using questionnaire, in analysising data this research using singular table analysis, cross table analysis

In this research founded r is 0,338 shows that there is such a signify relation of the blog user and the level of self disclosure in members of Anging Mammiri. That there is a low but definite relationship between bloggers to the level of self-disclosure in members of the Anger Mammiri blogging community.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	x
DAFTAR ISI.....	xii
TABEL.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Kerangka Konseptual	8
E. Defenisi Operasional	19
F. Metode Penelitian.....	21
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	27
A. Konsep Komunikasi Antarpersonal	27

B. Konsep <i>New Media</i>	30
C. Konsep Media Sosial	35
D. Blog	42
E. Konsep Diri	54
F. Keterbukaan Diri (<i>Self-Disclosure</i>).....	57
G. Teori Johari Windows	65
 BAB III. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	 68
A. Sejarah Blog	68
B. Perkembangan Blog di Indonesia.....	70
C. Sejarah Komunitas Blogger Anging Mammiri	72
 BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN ANALISA DATA.....	 74
A. Hasil Penelitian	74
1.1 Karakteristik Respon	74
1.2 Blog	77
1.3 Tingkat Keterbukaan Diri	86
1.4 Tabel Silang	98
B. Pembahasan.....	116
 BAB V. PENUTUP.....	 124
A. Kesimpulan	124

B. Saran.....	125
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN	xxi

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
Tabel 1.1	Johari Window dalam Pengungkapan Diri	16
Tabel 1.2	Model Teoritis	18
Tabel 4.1	Jenis Kelamin	74
Tabel 4.2	Usia Responden	75
Tabel 4.3	Jenis Blog	76
Tabel 4.4	Lama Menjadi Blogger	77
Tabel 4.5	Frekuensi Menggunakan Blog	78
Tabel 4.6	Durasi Menggunakan Blog	79
Tabel 4.7	Tampilan Halaman Blog	80
Tabel 4.8	Desain (Warna, Gambar, dan Font) Halaman Blog	81
Tabel 4.9	Isi (konten) Mengenai Anda	82
Tabel 4.10	Pengunjung Memberikan Komentar	83
Tabel 4.11	Menggunakan Aplikasi Counter Pengunjung	84
Tabel 4.12	Mengontrol Blog	85
Tabel 4.13	Blog di Baca Oleh Umum	86
Tabel 4.14	Tidak Keberatan Isi Blog di Komentari Orang Lain	87
Tabel 4.15	Memberikan Komentar Balasan Kepada Blogger Lain	88
Tabel 4.16	Mencantumkan Informasi (Nama, Foto, Deskripsi Diri)	89

	Pada Postingan Blog	
Tabel 4.17	Pandangan Mengenai Postingan Kritikan	90
Tabel 4.18	Menyadari Orang Lain Tahu Perasaan Anda	91
Tabel 4.19	Setuju Orang Lain Tahu Perasaan Anda	92
Tabel 4.20	Menganggap Blog Sebagai Diary	93
Tabel 4.21	Cerita Impian Masa Depan	94
Tabel 4.22	Cerita Tentang Masa Lalu	95
Tabel 4.23	Bebas Menuliskan Perasaan	96
Tabel 4.24	Setuju Komunitas Blogger Mengadakan Pertemuan	97
Tabel 4.25	Tabel Silang antara Sudah Berapa Lama Responden Menjadi Seorang Blogger dan Mencantumkan Informasi Diri Pada Postingan	98
Tabel 4.26	Tabel Silang antara Sudah Berapa Lama Responden Menjadi Seorang Blogger dan Pandangan Mengenai Postingan Yang Berbau Kritikan	99
Tabel 4.27	Tabel Silang antara Sudah Berapa Lama Responden Menjadi Seorang Blogger dan Menganggap Blog Sebagai <i>Diary</i>	100
Tabel 4.28	Tabel Silang antara Sudah Berapa Lama Responden Menjadi Seorang Blogger dan Merasa Bebas	101

	Menuliskan Perasaan	
Tabel 4.29	Tabel Silang antara Frekuensi Menggunakan Blog dan Mencantumkan Informasi Diri Pada Postingan	102
Tabel 4.30	Tabel Silang antara Frekuensi Menggunakan Blog dan Setuju Orang Lain Tahu Perasaan Anda	103
Tabel 4.31	Tabel Silang antara Frekuensi Menggunakan Blog dan Menganggap Blog Sebagai Diary	104
Tabel 4.32	Tabel Silang antara Frekuensi Menggunakan Blog dan Merasa Bebas Menuliskan Perasaan	105
Tabel 4.33	Tabel Silang antara Durasi Menggunakan Blog dan Mencantumkan Informasi Diri Pada Postingan	106
Tabel 4.34	Tabel Silang antara Durasi Menggunakan Blog dan Pandangan Mengenai Postingan Yang Berbau Kritikan	107
Tabel 4.35	Tabel Silang antara Durasi Menggunakan Blog dan Menganggap Blog Sebagai Diary	108
Tabel 4.36	Tabel Silang antara Durasi Menggunakan Blog dan Merasa Bebas Menuliskan Perasaan	109
Tabel 4.37	Tabel Silang antara Mengontrol Blog dan Mencantumkan Informasi Diri Pada Postingan	110
Tabel 4.38	Tabel Silang antara Mengontrol Blog dan Setuju Orang	111

	Lain Tahu Perasaan Anda	
Tabel 4.39	Tabel Silang antara Mengontrol Blog dan Pandangan Mengenai Postingan Yang Berbau Kritikan	112
Tabel 4.40	Tabel Silang antara Mengontrol Blog dan Menganggap Blog Sebagai Diary	113
Tabel 4.41	Tabel Silang antara Mengontrol Blog dan Merasa Bebas Menuliskan Perasaan	114
Tabel 4.42	Tabel Silang Antara Blog dan Tingkat Keterbukaan Diri	115
Tabel 4.43	Chi Square	117
Tabel 4.44	Uji Korelasi Kontigansi Antara Blog dengan Tingkat Keterbukaan Diri Pada Anggota Komunitas Anging Mammiri	118

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan media komunikasi saat ini menghasilkan media baru (*newmedia*) yang digunakan dalam proses interaksi dan komunikasi. Media baru merupakan pengembangan media-media sebelumnya yang digunakan masyarakat untuk mempermudah proses komunikasi yang dilakukan. Media baru adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media yang dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten kapan saja, di mana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja-baik sebagai penerima/pengguna-untuk berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas/masyarakat “baru” melalui isi media (Liliweri, 2015 : 284).

Kita semua tidak dapat menyangkal bahwa setiap hari kita memulai hari baru dengan komunikasi. Baik komunikasi intrapribadi maupun komunikasi antarpersonal dengan keluarga, dengan teman-teman di lingkungan sekolah atau ditempat kerja. Kehidupan kita tidak bisa jauh dari komunikasi. Bahkan hubungan jarak jauh pun bisa di bangun melalui komunikasi. Hal ini tentu berkaitan dengan munculnya media baru memudahkan komunikasi antarpersonal seseorang. Melalui jaringan internet komunikasi bisa menjadi lebih mudah. Apalagi dengan kehadiran media sosial.

Media sosial merupakan sarana interaksi antara sejumlah orang melalui “*sharing*” informasi dan ide-ide melalui jaringan internet untuk membentuk semacam komunitas virtual (Ahlqvist, Back,, Halonen, 2008) dalam Liliweri, 2015 : 288. Media sosial berbasis merupakan “sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibentuk berdasarkan ideolog dan teknologi *Web 2.0* yang memungkinkan orang secara mobile dapat menciptakan dan bertukar konten, disebut *user-generated content* (Kaplan, Haenlein, 2010) dalam Liliweri, 2015 : 288.

Semua manusia mempunyai kebutuhan untuk terhubung dan berinteraksi dengan satu sama lain. Media sosial sebagai media komunikasi dikembangkan untuk membantu orang untuk memenuhi kebutuhan itu. Kehadiran media sosial membuat manusia dapat berbagi perspektif, wawasan, pengalaman, dan opini yang satu dengan yang lain melalui Blog, Wiki, papan pesan dan video (Lilliweri 2015 : 289). Liliweri dalam bukunya Komunikasi Antarpersonal juga mengatakan bahwa ada setidaknya lima besar media sosial yakni (1) Facebook, (2) Twitter, (3) Youtube, (4) Blog (Personal Blog) dan (5) LinkedIn.

Sebelum kemunculan media sosial, dulu manusia memilih bercerita, mengungkapkan perasaannya pada sebuah buku harian yang disebut *diary*. *Diary* adalah catatan tentang bagaimana perasaan, pemikiran maupun mencatatkan pengalaman pribadi yang ditulis dengan tangan pada buku sebagai ungkapan pribadi. *Diary*, hanya penulisnya saja yang dapat membacanya dan tidak di publish sebagai bacaan umum. Buku harian atau *diary* memang merupakan komunikasi tertulis

dengan diri sendiri (Hardjana, 2003 : 77-78). Salah satu contoh komunikasi intrapersonal, adalah menulis. Dimana kita dapat menuangkan pikiran kita sendiri kepada sebuah buku dan menyimpannya.

Namun dengan kemunculan media baru, menulis catatan pribadi tidak lagi dilakukan dengan *diary*. Melainkan menuliskannya pada sebuah media sosial, seperti *facebook*, *twitter* atau *blog*. Lebih lanjut, Penulis, akan membahas mengenai blog. Karena blog merupakan bentuk dari media sosial, yang penggunaannya sangat mirip dengan *diary* atau catatan pribadi. Blog merupakan berupa jurnal online dengan pemuatan tulisan (postingan) terbalik, yaitu terbaru ada di halaman terdepan.

Pada awalnya blog digunakan oleh seorang blogger sebagai catatan (*diary*) online mereka sehingga bebas dibaca oleh siapa pun di internet. Secara umum, blog terdiri (1) blog gratis, adalah blog yang dibuat melalui situs penyedia blog gratis seperti *blogger.com*, *wordpress.com*, *blogsme.com*, *blogdetik.com* (2) blog berbayar, adalah blog yang dibuat menggunakan nama domain dan hosting sendiri. Disebut demikian, karena pengguna harus membeli domain dan hosting melalui situs penyedia domain dan hosting kemudian menginstal platform blog seperti Wordpress yang biasanya disediakan secara gratis.

Dalam komunikasi antarpersonal sendiri memiliki setidaknya dua jenis hubungan, yaitu hubungan yang berkualitas tinggi dan hubungan antarpersonal yang berkualitas rendah. Dalam konteks komunikasi hubungan antarpersonal dengan kualitas yang

tinggi pada umumnya hanya melibatkan dua orang, karena kualitas merupakan hal pokok dalam hubungan ini. Namun tidak bisa dipungkiri, seorang blogger yang senang bercerita dan menulis di blog pribadi miliknya menganggap blog sebagai media yang bisa menghubungkannya dengan pembaca. Seorang blogger akan membangun hubungan dengan kualitas tinggi di dunia maya dengan berbicara dan menyapa pembacanya dengan sapaan seolah-olah mereka telah akrab dan sering berjumpa. Membangun hubungan antarpersonal di dunia maya salah satu caranya adalah dengan melakukan penyingkapan diri. Keterbukaan diri adalah membeberkan informasi tentang diri sendiri. Upaya keterbukaan diri pada dunia nyata dengan dunia maya tentu saja berbeda. Keterbukaan diri di dunia nyata bisa dilakukan melalui ekspresi wajah, sikap tubuh, pakaian, nada suara, dan melalui isyarat-isyarat nonverbal lainnya yang tidak terhitung jumlahnya, dan sering kali perilaku tersebut tidak disengaja.

Beda halnya dengan di dunia maya, keterbukaan diri yang dilakukan cenderung merupakan perilaku yang disengaja. Keterbukaan diri yang dilakukan di dunia maya cenderung merupakan usaha untuk membiarkan keotentikan memasuki hubungan sosial kita. Seorang blogger akan membangun hubungan dengan pembacanya. Hal ini tentu saja untuk menarik minat pembaca agar selalu mengunjungi blog mereka. Bagi seorang blogger, tentu mereka tahu bahwa membaca blog milik blogger sukses tentu akan sangat berguna. Selain untuk menambah informasi, membaca blog lain juga merupakan cara aktif dalam komunitas tersebut.

Media baru menciptakan masyarakat baru di dunia maya dan memiliki kesempatan bagi siapa saja-baik sebagai penerima/pengguna-untuk berpartisipasi aktif, interaktif, dan kreatif. Konsep inilah yang membuat komunikasi antarpersonal dapat diterapkan dalam penggunaan blog. Sejak kemunculan blog di Indonesia pada awal tahun 2000 lalu, jumlah blog di Indonesia telah mencapai 4,1 juta. Blog yang paling fenomenal di awal 2000-an itu kini dijadikan sebagai ajang “kopi darat” bagi para blogger atau yang lebih dikenal dengan istilah “pesta blogger”, sejak tahun 2007. Kini diperoleh data bahwa lebih dari telah terbentuk 20 komunitas blogger yang mewakili seluruh di Indonesia. Biasanya, para blogger yang menjalin pertemanan memiliki sebuah komunitas blogger.

Menurut Wikipedia komunitas blogger adalah sebuah ikatan yang terbentuk dari (para blogger) berdasarkan kesamaan-kesamaan tertentu, misalnya kesamaan asal daerah, kesamaan kampus, kesamaan hobi, dan sebagainya. Kota Makassar, adalah salah satu kota yang memiliki komunitas blogger berdasarkan kesamaan asal daerah. Komunitas blogger Makassar menamai diri mereka komunitas blogger Anging Mammiri. Untuk bergabung dikomunitas blogger, biasanya ada semacam syarat atau aturan yang harus dipenuhi untuk bisa masuk dikomunitas tersebut. Sama perihalnya komunitas blogger Anging Mammiri, untuk bisa bergabung menjadi anggota komunitasnya, beberapa syarat diantaranya masih berdomisili di Makassar, pernah lahir atau berdomisili di Makassar, orang tuanya berasal dari Makassar, mengaku berasal dari Makassar, pernah melakukan sesuatu di Makassar, berniat tinggal di

Makassar, tertarik dengan Makassar, punya hubungan batin tertentu dengan Makassar dan sekitarnya.

Cukup unik, namun begitulah adanya sebuah komunitas. Para blogger yang tergabung dalam komunitas blogger Anging Mammiri ini biasanya mengadakan kegiatan-kegiatan kepenulisan, atau kegiatan apapun yang dilakukan bersama, seperti hadir dalam sebuah *event*, atau apapun seperti melakukan pertemuan. Uniknya, setiap kegiatan yang dilakukan itu tentu saja akan mereka tuliskan untuk menjadi bahan postingan di blog masing-masing. Sementara kategori blog mereka berbeda-beda. Ada yang merupakan *food blogger*, *fashion blogger*, *beauty blogger*, *travel blogger*, *lifestyle blogger* dan lain sebagainya.

Hal yang menurut Penulis menjadi menarik dari ini, adalah bagaimana tingkat keterbukaan diri (*self disclosure*) pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri. Karena setiap blog memiliki kategori blog yang berbeda-beda, serta cara menulis yang berbeda-beda. Tidak hanya itu, tentu tingkat keterbukaan dirinya pun dalam menulis di blog juga berbeda. Para blogger selalu berusaha membangun hubungan dengan pembacanya. Walaupun tidak semua hubungan diarahkan agar menjadi akrab (Delia 1980 dalam Deddy Mulyana 1996 : 2), namun para blogger memanfaatkan komunikasi antarpersonalnya pada media sosial untuk menjadi akrab dengan pembacanya.

Maka berdasarkan latar belakang diatas, maka Penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Hubungan Antara Blog dan Tingkat Keterbukaan Diri**

(Self Disclosure) Pada Anggota Komunitas Blogger Anging Mammiri”. Lokasi penelitian ini dilakukan di kota Makassar dengan populasi adalah seluruh anggota komunitas blogger Anging Mammiri.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pemaparan diatas, maka permasalahan yang dapat diidentifikasi untuk diteliti lebih lanjut oleh Penulis adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada hubungan yang signifikan antara blog dan tingkat keterbukaan diri (*self-disclosure*) pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri?
2. Bagaimana derajat keeratan hubungan antara blog dan tingkat keterbukaan diri (*self-disclosure*) pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan oleh Penulis, maka adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang signifikan antara blog dan tingkat keterbukaan diri (*self-disclosure*) pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri.
2. Untuk mengetahui derajat keeratan hubungan antara blog dan tingkat keterbukaan diri (*self-disclosure*) pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri.

b. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan atau manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, sebagai sumber informasi dan bahan pertimbangan bagi semua pihak yang memerlukan hasil penelitian ini. Serta menjadi bahan perbandingan dan dasar bagi peneliti berikutnya yang berkaitan dengan penelitian.
2. Secara praktis, untuk menambah, memperdalam dan mengembangkan pengetahuan Penulis sebagai latihan dalam menuangkan hasil pemikiran dan penelitian sesuai dengan ketentuan penulisan karya ilmiah.
3. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sarana penerapan ilmu pengetahuan dan menambah kajian kepustakaan khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Hasanuddin.

D. Kerangka Konseptual

Media Baru dan Blog

Menurut Everett M. Rogers (dalam Nasrullah, 2014 : 2) merangkum perkembangan media komunikasi ke dalam empat fase. Fase-fase tersebut yaitu komunikasi melalui media tulisan (*The Writing Era*), masa media komunikasi tercetak (*The Printing Era*), era komunikasi yang sudah memanfaatkan teknologi walau masih sederhana (*Telecommunication Era*) dan masa dimana media menjadi lebih interaktif dari sebelumnya (*Interactive Communication Era*). Pada fase terakhir yakni *interactive communication era* terjadi karena dukungan dari teknologi baru

yakni internet. Kehadiran internet yang mempercepat proses komunikasi menghasilkan media baru.

Menurut John Vivian (dalam Nasrullah, 2014 : 13-14) keberadaan media baru seperti internet bisa melampaui pola penyebaran media tradisional; sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara real time. Nicholas Gane dan David Beer (2008) memaparkan karakteristik media baru dengan term *network*, *interactivity*, *information*, *interface*, *archive*, dan *simulation*. Hal ini bermakna bahwa pada media baru khalayak tidak sekedar ditempatkan sebagai objek yang menjadi sasaran dari pesan. Pada *interactive communication era* khalayak berubah menjadi lebih interaktif terhadap sebuah pesan.

Selanjutnya adalah kehadiran media sosial yang hadir sebagai bagian dari perkembangan media baru. Perbedaan yang menjol antara media sosial sebagai media baru dengan media lama antara lain dalam hal kualitas, jangkauan, frekuensi, kegunaan, kedekatan, dan sifatnya yang permanen karena kehadiran internet. Media sosial merupakan media yang digunakan untuk mempublikasikan konten profil, aktifitas atau bahkan pendapat pengguna juga sebagai media yang memberikan ruang bagi komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial. Kehadiran media sosial adalah salah satu faktor (Nasrullah, 2014 : 36). Kehadiran media sosial saat ini menjadikan khalayak lebih interaktif dalam menerima pesan.

Monavich (dalam Nasrullah 2014 : 14-15) menyodorkan dua tipologi untuk mendekati kata *interactivity* dalam perspektif media baru, yakni kedalam tipe ‘terbuka’ (*open*) dan tipe ‘tertutup’ (*closed*). Dalam tipe ‘terbuka’ khalayak tidak sekedar disodorkan pilihan tetapi bisa menentukan cara mengakses media baru sesuai dengan apa yang diinginkan. Disamping itu, tipe ‘tertutup’ hanya membatasi khalayak untuk mengonsumsi media sesuai struktur atau pilihan yang sudah dibuat (Manovich, 2001 : 38). Liliweri dalam bukunya Komunikasi Antarpersonal mengatakan bahwa ada setidaknya lima besar media sosial yakni (1) Facebook, (2) Twitter, (3) Youtube, (4) Blog (Personal Blog) dan (5) LinkedIn.

Blog sebagai salah satu media sosial terbesar menurut Liliweri menjadi salah satu media komunikasi yang digunakan saat ini dan memiliki pengguna yang cukup banyak. Sekitar 4.131.861 blogs di dunia maya yang berasal dari Indonesia. Dari angka tersebut diperkirakan 3,3 juta (80,65%) blogger menggunakan layanan *Blogspot*, kira-kira 599 ribu (14,5%) menggunakan layanan *Wordpress*, dan sisanya 200 ribu (4,85%) menggunakan layanan lainnya. (Liliweri, 2015 : 312).

Istilah blog berasal dari kata *web-blog*, yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Berger pada 1997. Pada awalnya blog merupakan situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbaharui setiap harinya, perkembangan selanjutnya, blog banyak memuat jurnal (tulisan keseharian pribadi) si pemilik dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengunjung (Berger, 1997 dalam Nasrullah, 2008 : 4; lihat Blood 2000; dalam Nasrullah 2014 :

29). Definisi yang tak jauh berbeda ditegaskan oleh Stuart Allan (2006:44), yang menyatakan bahwa blog merupakan situs yang memuat jurnal pribadi sang pemiliknya; *“as diaries or journals written by individuals seeking to establish an online presence”* (Nasrullah, 2014 : 29).

Blog yang mulai fenomenal di awal tahun 2000-an itu kini dijadikan sebagai ajang “kopi darat” bagi para blogger atau yang lebih dikenal dengan “pesta blogger” sejak tahun 2007. Kini diperoleh data bahwa lebih dari telah terbentuk 20 komunitas blogger yang mewakili seluruh Indonesia (Liliweri, 2015 : 312). Salah satu komunitas blogger adalah komunitas Blogger Anging Mammiri yang merupakan komunitas blogger yang ada di kota Makassar, Sulawesi Selatan.

Komunitas blogger Anging Mammiri terbentuk sejak 11 Juni 2006. Secara resmi didirikan pada tanggal 25 November 2006, ditandai dengan diluncurkannya situs komunitas yang beralamat www.angingmammiri.org. Terbentuknya komunitas blogger Anging Mammiri karena adanya ikatan persamaan antara blogger yang ada di Makassar. Pada profil blog komunitas blogger Anging Mammiri, beberapa persamaan yang bisa menyatukan para anggotanya adalah persamaan berupa; masih memiliki hubungan dengan kota Makassar, misalnya: lahir di kota Makassar, berdomisili di Makassar, orang tuanya berasal dari Makassar, berniat tinggal di kota Makassar, tertarik dengan Makassar, dan punya hubungan batin tertentu dengan Makassar dan sekitarnya. Maka siapapun yang memiliki persamaan tersebut, dan memiliki blog bisa menjadi anggota blogger Anging Mammiri. Saat ini, jumlah keseluruhan anggota

komunitas blogger Anging Mammiri sampai pada April 2017 adalah berjumlah 160 orang dengan berbagai kategori blog.

Komunikasi Antarpribadi

Kita semua tidak dapat menyangkal bahwa setiap hari kita memulai hari baru dengan komunikasi antarpribadi dengan keluarga, dengan teman-teman di lingkungan sekolah atau tempat kerja. Komunikasi yang dilakukan selalu komunikasi tatap muka (langsung tanpa media) disebut dengan komunikasi tatap muka, dengan orang-orang yang berada dan paling dekat dengan kita. Komunikasi tatap muka rupanya merupakan cara paling tua bagi manusia untuk berkomunikasi. Namun ada begitu banyak orang masa kini menjadikan internet sebagai media untuk berkomunikasi dengan orang lain. Salah satu media yang digunakan adalah blog. Mengelola sebuah blog personal dapat menciptakan komunikasi antarpribadi antara blogger dan pembacanya. Blog yang merupakan media sosial ternyata memiliki efek positif karena memungkinkan terjadinya demokratisasi atau memungkinkan individu untuk mengiklankan diri mereka sendiri. (Kaplan dan Haenlein Michael, 2010; Wellman 2012 dalam Liliweri 2016: 288).

Liliweri (2015;309-310) menjelaskan beberapa manfaat blog sebagai berikut:

- a. Media Aktualisasi Diri.
- b. *Personal Branding*.
- c. Markas Besar di Dunia Maya..
- d. Media Promosi..

- e. Mendapatkan Relasi Baru.
- f. Mendapatkan penghasilan.
- g. *Stress Realease, Emotion Realease.*
- h. Media Memberi, *Media Sharing.*
- i. Jurnal Catatan Kehidupan. Blog
- j. Mendapatkan *Feedback* atas Apa yang Anda Rasakan..
- k. *Public Relation* yang Lebih Humanis.

Konsep Diri

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita (Rakhmat, 2013:98). Persepsi tentang diri ini boleh bersifat psikologi, sosial dan fisis. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri yakni (Rakhmat, 2013: 99-108):

- a. Orang lain. Harry Stack Sullivan menjelaskan bahwa jika kita diterima orang lain, dihormati, dan disenangi karena keadaan diri kita, kita akan cenderung bersikap menghormati dan menerima diri kita. sebaliknya, bila orang lain selalu selalu meremehkan kita, menyalahkan kita an menolak kita, kita cenderung tidak akan menyenangkan diri kita.
- b. Kelompok rujukan. Dalam pergaulan bermasyarakat, kita pasti menjadi anggota berbagai kelompok. Dengan melihat kelompoknya, orang mengarahkan perilakunya dan menyesuaikan dirinya dengan ciri-ciri kelompoknya.

- c. Membuka diri. Pengetahuan diri akan meningkatkan komunikasi, dan pada saat yang sama, berkomunikasi dengan orang lain meningkatkan pengetahuan tentang diri kita. Dengan membuka diri, konsep diri menjadi lebih dekat pada kenyataan.
- d. Percaya diri (*self confidence*). Ketakutan untuk melakukan komunikasi dikenal dengan *communication apprehension*. Orang yang aprehensif dalam komunikasi, akan menarik diri dari pergaulan, berusaha sekecil mungkin berkomunikasi, dan hanya akan berbicara apabila terdesak saja. Tentu tidak semua aprehensi komunikasi disebabkan kurangnya percaya diri, tetapi diberbagai faktor, percaya diri adalah yang paling menentukan.
- e. Selektivitas. Konsep diri mempengaruhi perilaku komunikasi kita karena konsep diri mempengaruhi kepada pesan apa Anda bersedia membuka diri, bagaimana kita memersepsi pesan itu, dan apa yang kita ingat (Anita Taylor dalam Rakhmat, 2013:108). Dengan singkat konsep diri menyebabkan terpaan selektif, persepsi selektif dan ingatan selektif.

Melalui konsep diri, seorang blogger dapat menentukan apa yang ingin ia tuliskan, apa yang cenderung ia rasakan dan apa yang orang lain berhak tahu atas dirinya.

Keterbukaan Diri

Keterbukaan diri (*self disclosure*) menurut Joseph A Devito adalah jenis komunikasi dimana informasi tentang diri yang biasanya diisembunyikan, dikomunikasikan kepada orang lain. Keterbukaan diri biasanya dilakukan secara sadar, seperti memberikan pernyataan mengenai sesuatu. Informasi tentang diri

sendiri ini menyangkut tentang pikiran, perasaan, dan perilaku atau sikap. Teori *self disclosure* atau keterbukaan diri adalah proses mengungkapkan reaksi atau tanggapan terhadap situasi yang sedang dihadapi serta memberikan informasi guna memahami suatu tanggapan terhadap orang lain dan sebaliknya.

Pada dasarnya, keterbukaan diri erat kaitannya dengan ilmu psikologi. Secara sederhana, keterbukaan diri dapat dimaknai sebagai proses seseorang mengakui, menyadari dan menceritakan tindakan, perilaku atau sikap yang dilakukannya. Sejauh yang dipahami Penulis bahwa keterbukaan diri ini berkaitan dengan subjek dan objek diri. Subjek berarti orang yang bercerita, berkeluh kesah, dan menginterpretasikan perilakunya. Objek bermakna sarana atau tempat seseorang mengungkapkan dan menceritakan apa yang ada di dalam pemikirannya. Seorang subjek bisa bercerita pada orang lain atau benda mati. Sesuai dengan kenyamanan kebiasaan dan persepsi subjektif seseorang. Maka dalam penelitian ini, Penulis memilih blog sebagai salah satu objek yang bermakna tempat pengungkapan diri tersebut. Yakni tempat seseorang untuk mengungkapkan dan menceritakan apa yang ada dalam pikiran seorang subjek. Mengambil definisi blog saat ini sebagai sarana untuk menulis jurnal harian bagi pemilik blog. Maka dari itu, Penulis akan berfokus mengenai bagaimana tingkat keterbukaan diri seorang blogger. Serta mengenai ada tidaknya hubungan antara blog dan keterbukaan diri.

Johari Window

Berkaitan dengan teori-teori pengungkapan diri, Johari Window merupakan teori yang sering digunakan untuk mendeskripsikan posisi kepribadian seseorang. Johari Window, gabungan nama dari dua orang penggagas, yaitu Jo Luft dan Harry Ingham. Merupakan sebuah diagram yang menyediakan cara yang berguna untuk memvisualisasi proses pengungkapan diri. Melalui model inovatif dari Johari Window ini, kita dapat memahami tingkat-tingkat kesadaran dan penyingkapan diri dalam komunikasi antarmanusia. Kuadran dari Johari Window ini menjadi acuan Penulis mengenai tingkatan keterbukaan diri. Keempat kuadran dari panel itu memiliki perbedaan cara individu mengakses informasi yang dia lihat dan diamati, baik oleh diri sendiri maupun oleh orang lain. Berikut adalah empat kuadran tersebut:

Tabel 1.1

Johari Window dalam Pengungkapan Diri

	Saya Tahu	Saya Tidak Tahu
Orang Lain	Terbuka	Buta
Orang Lain	Tersembunyi	Tidak Dikenal

1. Kuadran satu: Area terbuka/*open area*. Mengandung informasi, perilaku sikap perasaan, keinginan, motivasi, gagasan dan sebagainya yang dapat diketahui diri dan orang lain.
2. Kuadant dua: Area buta/*blind area*. Perilaku, perasaan dan motivasi yang hanya diketahui oleh orang lain tapi tidak diketahui diri sendiri.
3. Kuadran tiga: Area tertutup/*secret area*. Kondisi perilaku, perasaan dan motivasi yang hanya diketahui oleh diri dan tidak diketahui orang lain.
4. Kuadran empat: Tidak dikenal/*unknown area*. Perilaku, perasaan dan motivasi yang tidak diketahui oleh diri sendiri dan orang lain.

Selanjutnya, Penulis akan menentukan variable peneltian. Karena konsep dibangun dari teori-teori yang digunakan untuk menjelaskan variable-variabel yang diteliti (Bungin, 2011 : 67). Dalam membuat table matematik, variable biasanya dinyatakan dalam huruf X atau dalam huruf Y (Nazir, 2005 : 125). Adapun dua variable dalam penelitian ini yaitu:

a. Variabel Bebas atau *Independence Variable* (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang di duga sebagai penyebab atau pendahulu dari variable yang lain (Rakhmat.2004 : 12). Dalam penelitian ini, variabel bebas yang dimaksudkan adalah *Blog*.

b. Variabel Terikat atau *Dependence Variable* (Y)

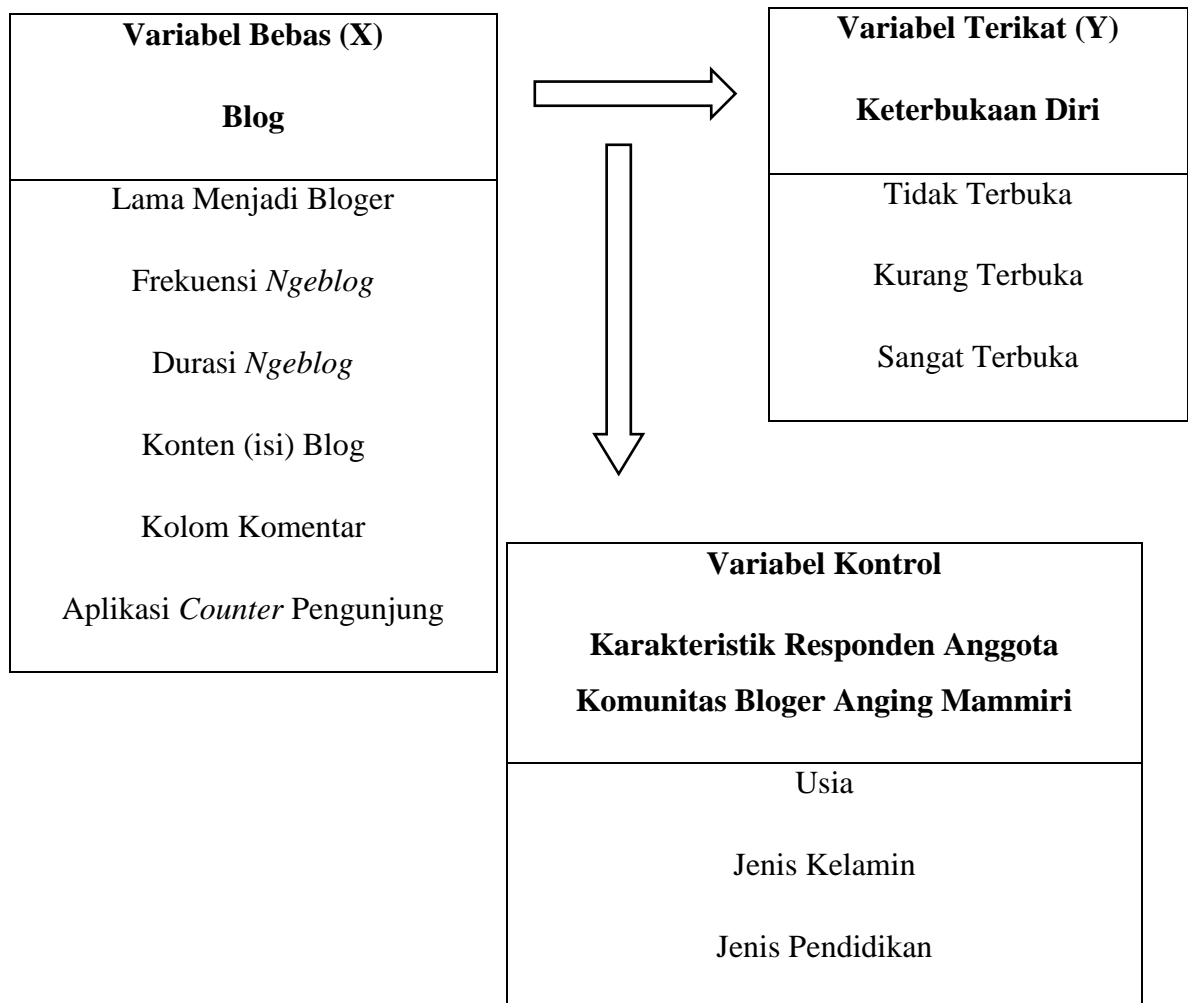
Variabel terikat adalah variable yang di duga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya (Rakhmat, 2004 : 12). Dalam

penelitian ini variabel terikat yang dimaksudkan adalah tingkat keterbukaan (*self disclosure*) diri pada anggota komunitas *blogger* Anging Mammiri.

Variabel penelitian dalam penelitian ini bisa digambarkan dalam model teoritis sebagai berikut:

Tabel 1.2

Model Teoritis



Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang harus di uji kebenarannya melalui riset dengan mengumpulkan data secara empiris (Kriyantono, 2006 : 28). Hipotesis adalah pernyataan tentative yang berhubungan dengan permasalahan sehingga berguna dalam mendapatkan alat pemecahan (Singarimbun, 2006 : 43). Maka dari itu, Penulis menentukan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

Permasalahan : Apakah ada hubungan yang signifikan antara blog dan tingkat keterbukaan diri (*self-disclosure*) pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri?

Ha : Terdapat hubungan yang signifikan antara blog dan tingkat keterbukaan diri (*self-disclosure*) pada anggota komunitas Blogger Anging Mammiri.

Ho : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara pemanfaatan blog dan tingkat keterbukaan diri (*self-disclosure*) pada anggota komunitas Blogger Anging Mammiri.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya salah penafsiran dari setiap istilah yang Penulis gunakan dalam penelitian ini, maka penulis merasa perlu untuk mengemukakan definisi operasional guna menyamakan persepsi. Definisi operasional yang dibuat dapat berbentuk definisi operasional yang diukur (*measured*), ataupun definisi operasional eksperimental. Definisi operasional yang diukur

memberikan gambaran bagaimana variabel atau konstruk tersebut diukur. Definisi operasional eksperimental adalah mendefinisikan variabel dengan keterangan-keterangan percobaan yang dilakukan terhadap variabel atau konstruk tersebut (Nazir, 2005: 126).

1. Lama menjadi blogger. Yaitu lamanya responden menjadi seorang blogger dihitung dalam tahun, yaitu:
 - a. Rendah : < 1 tahun
 - b. Sedang : 2-3 tahun
 - c. Tinggi : > 3 tahun
2. Frekuensi *blogging*. Frekuensi *blogging* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat keseringan responden, dalam satu minggu, yaitu:
 - a. Rendah: 1-3 kali dalam seminggu
 - b. Sedang : 4-9 kali dalam seminggu
 - c. Tinggi : > 10 kali dalam seminggu
3. Durasi *blogging* . Yaitu rentang waktu atau lamanya responden melakukan aktifitas *blogging* . Kategori ukuran yang dimaksud:
 - a. Rendah : *blogging* selama kurang lebih dari 1 jam.
 - b. Sedang : *blogging* selama kurang lebih 2 – 3 jam.
 - c. Tinggi : *blogging* selama kurang lebih dari 3 jam.
4. Keterbukaan diri (*self disclosure*) adalah jenis komunikasi dimana informasi tentang diri yang biasanya disembunyikan, dikomunikasikan kepada orang

lain. Keterbukaan diri biasanya dilakukan secara sadar, seperti memberikan pernyataan mengenai sesuatu. Informasi tentang diri sendiri ini menyangkut tentang pikiran, perasaan, dan perilaku atau sikap. Ada empat kuadran keterbukaan diri yaitu:

- a. Terbuka : Sikap atau Mengandung informasi, perilaku sikap perasaan, keinginan, motivasi, gagasan dan sebagainya yang dapat diketahui diri dan orang lain.
- b. Tertutup Kondisi perilaku, perasaan dan motivasi yang hanya diketahui oleh diri dan tidak diketahui orang lain.
- c. Buta : Perilaku, perasaan dan motivasi yang hanya diketahui oleh orang lain tapi tidak diketahui diri sendiri
- d. Tidak dikenal. Perilaku, perasaan dan motivasi yang tidak diketahui oleh diri sendiri dan orang lain.

F. Metode Penelitian

1. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlangsung selama tiga bulan, mulai dari bulan Mei hingga Juli 2017 dan lokasi penelitian ini dilakukan di kota Makassar.

2. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif korelasional. Tipe penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan antara dua variable penelitian.

3. Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan. Udara gejala, nilai, peristiwa, sikap, hidup dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Bungin, 2005:100). Populasi dalam penelitian ini adalah semua anggota komunitas blogger Anging Mammiri baik pria maupun wanita. Jumlah keseluruhan anggota komunitas blogger ini sampai pada April 2017 adalah berjumlah 160 orang dengan berbagai kategori blog.

Periset menggunakan teknik sampel random sederhana. Sampel random sederhana adalah sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga anggota populasi mempunyai kesempatan/peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Malo dan Trisnoningtias, 1986 : 93).

Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jika kita hanya meneliti sebagian dari populasi, maka dinamakan penelitian sampel. Penelitian sampel ialah apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian

sampel, yang dimaksud dengan menggeneralisasikan adalah mengangkat kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi (Arikunto, 2006: 131).

Dalam menarik sampel, peneliti menentukan sampel dari Tabel Isaac dan Michael dengan taraf kesalahan 5% maka sampel yang ditarik adalah sebanyak 110 blogger.

Tabel 1.3

Tabel Isaac dan Michael

PENENTUAN JUMLAH SAMPEL DARI POPULASI TERTENTU DENGAN TARAF KESALAHAN, 1, 5, DAN 10%											
N	e			N	e			N	e		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	663	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Jadi besarnya sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 110 blogger.

a. Teknik Pengumpulan Data

Primer

Data primer diperoleh dari pengumpulan kuesioner yang telah dijawab oleh responden. Instrumen penelitian yaitu kuesioner yang akan dibagikan kepada responden dan diisi sesuai data yang sebenarnya. Setelah pengisian data tersebut, instrument penelitian dikumpul.

Sekunder

Dalam penelitian ini periset juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, internet dan lain-lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan cara peneliti berada diluar objek penelitianj dan menjaga prinsip objectif, serta analisis datanya menggunakan uji statistik. Adapun tiga uji yang terdapat dalam penelitian ini, yaitu:

a. Analisis Tabel Frekuensi

Analisis tabel frekuensi, merupakan suatu analisis yang dilakukan dengan membagi-bagikan variable penelitian kedalam kategori-kategori yang dilakukan atas dasar frekuensi

b. Analisis Tabel Silang

Teknik analisis tabel silang digunakan untuk menganalisa dan mengetahui variabel yang satu memiliki hubungan dengan variable lainnya sehingga diketahui apakah variabel tersebut bernilai positif atau negatif.

c. Uji *Chi-Square*

Uji *Chi-square* yaitu teknik analisis untuk mengetahui hubungan antara baris dan kolom. Rumus dasar *chi-square* adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2016: 107):

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

Keterangan:

$$\chi^2 = \text{Chi Kuadrat}$$

$$f_o = \text{Frekuensi yang diobservasi}$$

$$f_h = \text{Frekuensi yang diharapkan}$$

d. Uji Koefisien Kontingansi

Uji Koefisien Kontigansi adalah uji korelasi antara dua variabel yang berdata skala nominal. Uji ini sangatlah erat kaitannya dengan uji *chi-square*. Rumus koefisien kontigansi yaitu (Sugiyono, 2016: 239):

$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{N + \chi^2}}$$

Keterangan:

C = Kontigensi

$\chi^2 = Chi Square$

N = Populasi

Korelasi Kontigansi ini dilakukan untuk menguji keeratan hubungan antara kedua variabel yang dikolerasikan. Berbicara tentang tinggi rendahnya korelasi, berikut ini adalah nilai yang digunakan untuk koefisien korelasi, koefisien korelasi diartikan dalam buku *Teknis Praktis Riset Komunikasi*, sebagai berikut:

< 0,20	: hubungan rendah sekali
0,20 - 0,39	: hubunngan rendah tapi pasti
0,40 - 0,70	: hubungan yang cukup berarti
0,71- 0,90	: hubungan yang tinggi, kuat
0,90	: hubungan yang sangat tinggi, kuat sekali, dapat diandalkan

Derajat hubungan yang dimaksudkan dalam penelitian inu adalah derajat hubungan antara blog dan tingkat pengungkapan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Komunikasi Antarpersonal

Komunikasi antarpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau tiga orang yang disifati oleh dua orang yang berbagi pikiran, ide, keyakinan dan nilai-nilai dengan orang lain. Salah satu faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi antarpersonal adalah “persepsi antarpersonal”, dan persepsi antarpersonal itu dimulai dari “persepsi terhadap diri sendiri” (*self-perception*).

Persepsi seseorang sering kali dapat dilihat dalam kenyataan sehari-hari melalui komunikasi lisan atau tertulis. Persepsi dalam komunikasi menentukan bagaimana seseorang akan berkomunikasi dan bagaimana orang lain akan menerima informasi. Persepsi dalam komunikasi didasarkan pada beberapa elemen, misalnya persepsi Anda tentang orang lain sebagai produk dari sejauh mana Anda melihat diri Anda sendiri. Persepsi antarpersonal itu adalah proses dimana kita memberikan makna terhadap orang lain yang berinteraksi dengan kita dalam kehidupan kita sehari-hari.

Komunikasi antarpersonal mengisyaratkan empat tujuan sebagai berikut:

1. Orang Lain Mengerti Saya

Dalam komunikasi antarpersonal, kita sering menghendaki atau bahkan “memaksa” agar orang lain mengerti saya. Hal orang lain mengerti saya ini dapat ditafsirkan. (1) saya ingin agar orang lain dapat mengerti pikiran atau pendapat

yang saya tulis dan ucapkan (*to be understood*) kepada mereka, atau (2) saya ingin agar orang lain mengerti perasaan dan tindakan saya.

2. Saya Mengerti Orang Lain

Setiap orang harus berprinsip bahwa apapun jenis komunikasinya, apalagi komunikasi antarpersonal, bertujuan membantu orang lain untuk menemukan diri mereka, siapakah saya, siapakah Anda, kita masing-masing mempunyai identitas diri. Dengan kata lain, jika kita bertujuan agar orang lain dapat memahami identitas dan diri kita maka sebaliknya kita juga harus menjadikan identitas kita sebagai cara untuk memahami orang lain (*to understand others*).

3. Orang Lain Menerima Saya

Melakukan komunikasi antarpersonal juga bertujuan agar orang lain dapat menerima diri kita, pemikiran, ide atau gagasan dan semua yang ada pada diri kita. Kita ingin agar orang lain juga dapat menerima kita.

4. Kita Bersama Dapat Melakukan Sesuatu

Salah satu tujuan penting dari komunikasi antarpersonal adalah bagaimana saya dan orang lain memperoleh sesuatu yang harus dikerjakan bersama (*to get something done*).

De Vito juga mengemukakan suatu komunikasi antar pribadi yang mengandung ciri- ciri antara lain adalah :

1. Keterbukaan atau openness

Komunikator dan komunikan saling mengungkapkan segala ide atau gagasan bahwa permasalahan secara bebas (tidak ditutupi) dan terbuka tanpa rasa takut atau malu. Kedua- keduanya saling mengerti dan memahami pribadi masing-masing.

2. Empati atau Empathy

Kemampuan seseorang memproyeksikan dirinya orang lain di dalam lingkungannya.

3. Dukungan atau Supportiveness

Setiap pendapat, ide atau gagasan yang disampaikan mendapat dukungan dari pihak- pihak yang berkomunikasi. Dengan demikian keinginan atau hasrat yang ada dimotivasi untuk mencapainya. dukungan membantu seseorang untuk lebih bersemangat dalam melaksanakan aktivitas serta merih tujuan yang didambakan.

4. Rasa positif atau Positiveness

Setiap pembicaraan yang disampaikan dapat gagasan pertama yang positif, rasa positif menghindarkan pihak- pihak yang berkomunikasi untuk tidak curiga atau prasangka yang mengganggu jalannya interaksi keduanya.

5. Kesamaan atau Equality

Suatu komunikasi lebih akrab dalam jalinan pribadi lebih kuat, apabila memiliki kesamaan tertentu seperti kesamaan pandangan, sikap, usia, ideologi dan sebaiknya (Liliweri, 1991:13)

Selanjutnya adalah karakteristik hubungan antar pribadi. Hal ini untuk mengetahui adanya kehandalan dari bentuk komunikasi antar pribadi dapat terlihat dari adanya karakteristiknya yang menurut Everet M. Roger adalah :

1. Arus pesanya yang cenderung dua arah.
2. Konteks komunikasinya tatap muka.
3. Tingkat umpan baliknya yang terjadi tinggi.
4. Kemampuan untuk mengatasi tingkat selektifitas yang tinggi.
5. Kecepatan jangkauan terhadap audience yang besar, relatif lambat.
6. Efek yang mungkin terjadi adalah perubahan sikap. (Liliweri, 1991 : 19)

B. Konsep *New Media*

New Media merupakan konsep yang menjalankan kemampuan media yang dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses *content* kapan saja, di mana saja sehingga memberi kesempatan kepada siapa saja, baik pengguna ataupun penerima untuk berpartisipasi aktif, interaktif dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas/masyarakat baru melalui isi media. Aspek penting lain dari *new media*, selain mengharuskan adanya perangkat digital maka lahirnya media berbasis *real-time* di mana *content* media tidak bisa di atur seperti pada media konvensional sekarang ini.

Kehadiran jenis-jenis media baru telah memperluas dan merubah keseluruhan spectrum dari kemungkinan-kemungkinan sosio-teknologi terhadap komunikasi public. Media sosial seperti Facebook dan Twitter merupakan jenis-jenis media baru

yang termasuk dalam kategori *online media*. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring sosial secara *online*. Tindak komunikasi media sosial secara intensif dapat dilakukan diantara penggunanya. Indonesia adalah Negara ketiga terbesar setelah AS dan India yang warganya menggunakan Facebook sebagai medium untuk berkomunikasi. Dibalik tindak komunikasi yang dilakukan secara intensif, pengguna juga cenderung berkomunikasi secara ekspresif. Orang bisa lebih nyaman dan terbuka serta kemungkinan lebih jujur dalam menyampaikan pesan-pesan yang ingin dipertukarkan dengan orang lain. Melalui media sosial, aktifitas pengungkapan diri (*self disclosure*) dapat dilakukan hampir tanpa hambatan psikologis.

New media sudah barang tentu tidak sama dengan interaksi tatap muka, namun media baru memberikan bentuk-bentuk baru dalam interaksi yang membawa orang kembali dalam kontak pribadi dalam cara-cara yang tidak dapat dilakukan oleh media konvensional. Pada dasarnya komunikasi yang paling efektif adalah komunikasi yang dilakukan dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*). Dengan bantuan teknologi media social, jaringan informasi dari mulut ke mulut tidak harus lagi dilakukan dengan tatap muka (Ardianto, 2011 : 35). *New media* juga berisi kekuatan sekaligus keterbatasan, keterbukaan dan manfaat dan dilemma. Misalnya, media baru *new media* memberikan keterbukaan dan fleksibilitas, namun juga dapat mengarah pada kekacauan. media baru merupakan pilihan yang luas, namun pilihan tidak selalu memiliki mutu yang baik ketika orang membutuhkan struktur dan panduan.

Keragaman merupakan salah satu nilai yang besar dari new media, tetapi juga dapat mengarah pada pembagian dan pemisahan. New media memungkinkan orang luwes dalam menggunakan waktu, tetapi juga menciptakan permintaan waktu yang baru.

Menurut Everett M. Rogers (dalam Abrar, 2003:17-18) merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan, Kedua, era komunikasi cetak, Ketiga, era telekomunikasi, dan Keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif.

Sementara menurut McQuail, media baru adalah tempat dimana seluruh pesan komunikasi terdesentralisasi; distribusi pesan lewat satelite meningkatkan penggunaan jaringan kabel dan komputer, keterlibatan audiens dalam proses komunikasi yang semakin meningkat.

Dalam buku Liliweri (2015:285-286) Menurut Manovich dalam “*The New Media Reader*” mendefinisakan media baru dalam delapan proposisi :

- 1) Media Baru *versus* *Cyberculture*. Media baru merupakan sebuah paradigam dan objek budaya, sedangkan *Cyberculture* merupakan beragam fenomena sosial yang berkaitan dengan jaringan komunikasi internet seperti blog.
- 2) Media baru adalah media yang berbasis teknologi komputer sebagai *platform* distribusi informasi melalui situs *Web*, Komputer Multimedia, *Blu-Ray Disk* dan lain-lain.

- 3) Media baru merupakan media pertukaran data digital yang dikendalikan oleh *software*. Bahasa media baru didasarkan pada asumsi bahwa, semua benda budaya yang mengandalkan representasi digital mengirimkan informasi berbasis komputer demi peningkatan kualitas informan itu sendiri.
- 4) Media baru merupakan campuran antara *konvensi* budaya yang sudah ada dengan *konvensi software*. Media Baru dapat dipahami sebagai campuran antara konvensi budaya yang lebih tua untuk representasi data, akses dan manipulasi dan konvensi terbaru dari representasi data, akses, dan manipulasi itu. “tua”. Data adalah representasi dari realitas visual dan pengalaman manusia, dan “baru”. Data adalah data numerik komputer ini terus keluar dari tombol “kreatif” keputusan dan didelegasikan kepada posisi teknisi. misalnya dalam film, perangkat lunak digunakan di beberapa daerah produksi, dalam diri orang lain dibuat menggunakan animasi komputer.
- 5) Media baru media yang menghasilkan estetika baru, karena media baru menyediakan strategi untuk meningkatkan kualitas estetika *content*. Artinya media baru sangat bermanfaat untuk merekam momen penampilan realitas dan sekaligus mengubah kualitas data dari rekaman tersebut.
- 6) Media baru sebagai pemercepat eksekusi “algoritma” artinya segala algoritma yang sebelumnya dilakukan secara manual atau teknologi lain seperti kalkulator maka kini eksekusi seperti itu harus berubah menggunakan teknologi yang ada seperti perhitungan lunak menggunakan Excell.

- 7) Media baru sebagai candra dimuka yang dapat mengendalikan *encoding* informasi, media baru juga dipandang sebagai metamedia. Manovich malah menyatakan bahwa emrio media mulai tahun 1920 maka media baru mulai berkembang cepat dalam jangka wktu yang tidak bisa diramalakan. Sementara itu metamedia merupakan media baru yang lahir bertepatan dengan postmodernisme. Contohnya metamedia ialah pengubah kualitas dan kuantitas informasi melalui teknik manipulasi .
- 8) Media baru sebagai gagasan artikulasi paralel dari seni dan komputasi modern yang sejak akhir PD II dsebut seni “*kombinatorik*”. Seni ini merupakan proses penciptaan gambar dengan sistematis mengubah parameter tunggal. Hal ini mengarah pada penciptaan atau gambar sangat mirip dan struktur spasial. Ini menggambarkan bahwa algoritma, ini bagian penting dari media baru, tidak tergantung pada teknologi, tetapi dapat dijalankan oleh manusia.

Karakteristik *New Media*

Menurut Manovich ada tiga karakteristik media baru yaitu sebagai berikut:

- 1) *Variabilitas*, merupakan salah satu karakterisik utama masyarakat postmodern, menjelaskan bahwa semua orang dapat memproduksi gambar dan suara menurut versi mereka. Variabilitas menjadi mungkin karena digitalisasi dimana semua informasi dikodekan dalam data biner 0 dan 1.
- 2) *Modularity*, satu konsep yang dipahami oleh masyarakat pascaindustri, menjelaskan bahwa media digital memiliki berbagai komponen bersifat diskrit

artinya tampak terpisah namun setiap saat dapat disusun atau digabungkan dalam presentasi data numeric, dari modularitas inilah orang dapat menciptakan variasi konten.

- 3) *Transcoding*, merupakan proses memungkinkan para pengguna semakin mudah menerjemah apa yang dia kerjakan ke dalam format yang berbeda apalagi didukung oleh proses komputerisasi. Manovich mengemukakan bahwa media baru mempunyai dua lapisan yang berbeda, yaitu; (1) lapisan budaya, dan (2) lapisan komputer. Dibawah lapisan budaya, kita harus melihat sejauh mana struktur organisasi media baru bermanfaat bagi pengguna, sedangkan pada media baru-digital memiliki struktur yang sama sekali berbeda dan logika dibalik itu.

C. Konsep Media Sosial

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content" (Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein [2010] "*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*". Business Horizons 53(1): 59–68).

Media sosial merupakan sarana interaksi antara sejumlah orang melalui “*Sharing*” informasi dan ide-ide melalui jaringan internet untuk membentuk semacam komunitas visual. Perbedaan media sosial sebagai media baru dengan media lama

ialah dalam hal kualitas, jangkauan, frekuensi, kegunaan, kedekatan dan sifat yang permanen.

Heidi Cohen mengatakan definisi media sosial terus berubah/berkembang seiring perkembangan penggunaan media sosial itu sendiri. Hal ini lantaran didukung oleh fakta bahwa media sosial berkaitan dengan teknologi dan *platform* yang memungkinkan pembuatan *content* pada web interaktif sehingga terjadinya kolaborasi dan pertukaran pesan secara bebas antara para pengguna.

Mengingat sifat media sosial yang dinamis maka Cohen menampilkan beberapa makna definisi media sosial sebagai berikut :

- 1) Media sosial adalah media yang tidak bicara tentang apa yang orang lakukan antara orang katakana tetapi tentang apa yang orang lakukan dan katakana bersama-sama tentang sesuatu di dunia dan dipertukarkan ke seluruh dunia, atau media yang dapat mengkomunikasikan sesuatu pada saat yang sama ke segala arah karena didukung oleh teknologi digital
- 2) Media sosial adalah pergeseran cara kita mendapatkan informasi. Di mana kita menciptakan jaringan sosial untuk menemukan orang-orang dengan minat yang sama dan membangun persahabatan dengan mereka
- 3) Media sosial adalah media yang mengubah pasar media dari komunikasi monologis menjadi komunikasi dialogis, ini terjadi karena di media sosial menyediakan platform online bagi pengguna untuk berpartisipasi aktif secara

interaktif. Media sosial membantu orang untuk memahami apa yang orang katakan tentang merek, produk atau layanan tertentu.

- 4) Media sosial merupakan *platform* yang memungkinkan para pengguna web berinteraksi dan berpartisipasi dalam pembuatan *content* lalu berkomentar sesuai dengan keberadaan mereka maupun masyarakat umum. Contohnya seperti Wikipedia.
- 5) Dalam arti luas media sosial merupakan salah satu bentuk platform online di mana para pengguna dapat memindahkan *content* yang bersumber dari *Wordpress, Sharepoint, YouTube, Facebook*. Dalam arti sempit, media sosial meliputi saluran *user-generated content* yang memandang media sosial sebagai teknologi sosial.

1. Karakteristik Media Sosial

Semua manusia mempunyai kebutuhan untuk terhubung dan berinteraksi dengan satu sama lain. Media sosial sebagai media komunikasi dikembangkan untuk membantu orang memenuhi kebutuhan itu. Kehadiran media sosial membuat manusia dapat berbagai perspektif, wawasan, pengalaman, dan opini yang satu dengan yang lain melalui blog, wiki, papan pesan dan video. Beberapa karakteristik media soaial diantaranya yaitu:

- 1) *Engaging*. Media sosial mempunyai karakter melibatkan. Dengan “melibatkan” maka setiap orang yang menggunakan media sosial dapat berbagi cara terbaik untuk memnuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Dalam dunia bisnis, media

sosial tidak saja dijadikan sebagai ajang promosi produk tetapi juga memberikan nilai sosial bagi para pengguna, pelanggan dan konsumen untuk berbagai cara memenuhi kebutuhan sosial.

- 2) *Empathy*. Komunikasi sosial yang efektif memerlukan kemampuan untuk menempatkan diri dalam hati dan benak orang lain. Seorang komunikator yang berempati adalah seseorang yang mempunyai kemampuan menyediakan peluang bagi orang untuk menemukan dirinya sendiri. Media sosial selalu mencoba dan terus mencoba untuk menempatkan orang lain sebagai bagian terutama dari komunikasi saya. Media sosial menempatkan saya sebagai seorang komunikator untuk tidak menjadikan diri saya sebagai “*I*” dan mengatakan “*You*” kepada orang lain, media sosial mengajarkan satu nilai empati dengan orang lain karena dia menghubungkan “*I*” dan “*You*” ke dalam “*We*”.
- 3) *Trustworthy*. Inti dari media sosial yaitu kejujuran, transparansi dan orisinalitas.
- 4) *Uniqe*. Media sosial itu unik. Keunikan media sosial itu terletak pada kebersamaan antara sumber dan penerima dalam membentuk konten. Media sosial menambahkan “nilai tambah” pada konten demi membaharui dan memberikan isi pada gagasan yang dipercakapkan. Salah satu akibatnya adalah para sumber dan penerima komunikasi bermedia sosial telah menciptakan sebuah media sosial menjadi “media sosial”, atau mengubah “media sosial” menjadi lebih sosial.

5) *Analytical*. Media sosial mendorong sesama pengguna untuk bersama-sama berpikir tentang sesuatu ide secara analitis. Pemikiran analitis itu didasari sepenuhnya tidak dihasilkan oleh seorang pengguna saja tetapi bersama-sama dengan pengguna lain lain melalui proses diskusi, dialog, debat yang alot untuk menghasilkan suatu ide sementara yang disepakati. Disebut ide sementara karena media sosial tidak pernah berhenti diskusi, dialog dan debat karena selalu membaharui ide-ide kea rah yang mendekatkan kebenaran tertentu. Itulah sebabnya media sosial dikatakan sebagai media yang berhasil menawarkan kekayaan metric untuk menguji ide-ide baru.

2. Fungsi Media Sosial

Menurut Jan H. Kietzmann fungsi media sosial itu ibarat “sarang lebah” yang membentuk kerangka jaringan yang terdiri dari “blok-blok” yang berhubungan satu sama lain, sebagai berikut : Liliweri (2015: 292-293)

- 1) *Identity* berfungsi merincikan bagaimana para pengguna mengungkapkan identitas diri dia di tengah-tengah koneksi dengan pengguna lain.
- 2) *Conversation* berfungsi sebagai aktivitas pengguna berkomunikasi dengan pengguna lain
- 3) *Sharing* membantu pengguna melakukan sharing yakni melakukan distribusi pesan, menerima pesan dan bertukar pesan.

- 4) *Presence* berfungsi untuk menyadarkan kita tentang kehadiran para pengguna baik sebagai pribadi maupun sebagai individu dari mana pengguna berasal.
- 5) *Relationship* berfungsi menunjukkan sejauh mana pengguna dapat berhubungan dengan pengguna lain.
- 6) *Reputation* berfungsi sebagai sejauh mana pengguna dapat mengidentifikasi status sosial orang lain termasuk menyatakan status diri mereka sendiri.
- 7) *Groups* berfungsi untuk sejauhmana para pengguna dapat membentuk komunitas, kelompok atau bahkan masyarakat baru.

3. Tipe Media Sosial

Melalui media sosial orang atau sekelompok orang menciptakan, mengorganisasikan, mengedit, memberikan komentar dan mengshare *content* semuanya dalam proses untuk mencapai misi tertentu. Berikut merupakan tipe dari media sosial :

- 1) *Wikis, Website* yang membolehkan siapa saja untuk mengisi atau mengedit informasi di dalamnya, berlaku sebagai sebuah dokumen atau database komunal. Misalnya Wikipedia
- 2) *Blog*, merupakan bentuk terbaik dari media sosial, berupa jurnal online, dengan pemuatan tulisan (postingan) terbaik, yaitu tulisan terbaru ada di halaman terdepan.

- 3) *Microblog*, situs jejaring sosial yang dikombinasi blog, yang memberikan fasilitas bagi penggunanya untuk mengirimkan update secara online melalui SMS, pesan instan, e-mail atau aplikasi. Contohnya Twitter
- 4) *Content*, komunitas yang mengorganisir dan berbagi isi jenis tertentu. Misalnya: *Flickr* untuk foto-foto, *YouTube* untuk video, *Slide Share* untuk persentasi, *Scribd* untuk dokumen, *Instagram* untuk foto.
- 5) *Situs Jejaring Sosial*, aplikasi/situs yang mengizinkan dan memberi fasilitas ke pada penggunanya untuk membangun halaman web pribadi dan kemudia terhubung dengan teman-temannya untuk berbagi *content* dan komunikasi. Contohnya: *MySpace*, *Facebook*, *Linkendln* dan *Bebo*.
- 6) *Virtual Game World*, dunia virtual di mana mengreplikasikan lingkungan 3D dimana user bisa muncul dalam bentuk *avatar* yang diinginkan untuk berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. Contohnya *game online*.
- 7) *Virtual Social World*, dunia virtual di mana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti *Virtual Game World* mengarahkan pengguna berinteraksi dengan orang lain. Bagi penggemar *Virtual Social World* lebih bebas menikmati kehidupan dunia nyata, contohnya *Second Life*.
- 8) *Podcasts*, berupa file-file audio dan video yang tersedia atau dapat diakses dengan cara berlangganan (*subscribe*) e-mail, melalui *Apple iTunes*.

9) *Forum*, sebuah area untuk diskusi online, seputar topik dan minat tertentu.

Forum sudah ada jauh sebelum media sosial populer yang menjadi elemen yang kuat dan populer di kalangan komunitas online. Contohnya : *Kaskus*, *Forum Komask*, *Forum Viva*.

D. Blog

Blog adalah bentuk aplikasi *web* yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman *web* umum. Tulisan-tulisan ini seringkali dimuat dalam urutan terbalik (isi terbaru dahulu baru diikuti isi lama-meskipun tidak selamanya demikian), situs *web* ini biasanya dapat diakses oleh semua pengguna internet sesuai dengan topik dan tujuan dari si pengguna blog tersebut. Pada awalnya, blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya, pada perkembangan selanjutnya blog memuat banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik media dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh pengunjung. Tidak hanya itu, Rosen (2012: 13) menyebut bahwa kehadiran blog telah membawa medium pemberitaan yang bersaing dengan media massa pada umumnya (Nasrullah, 2015:41).

Blog pertama kali muncul pada 17 Desember 1997. Penggunaan istilah blog dipelopori oleh Jorn Barger. Awalnya blog dikenal dengan istilah Weblog kemudian dipersingkat menjadi Blog oleh Peter Merholz. Perbedaan blog dengan *website*, blog memudahkan pemiliknya untuk meng-*update* informasi daripada

website yang halamannya cenderung bersifat paten. Lagipula *website* pada umumnya digunakan untuk menjual produk ataupun jasa sedangkan blog lebih mengutamakan interaksi antara pemilik dengan pembaca dimana pembaca blog dapat memberikan tanggapan atau komentar terhadap artikel yang diposting pemilik.

Pada awalnya, blog digunakan oleh seorang blogger sebagai catatan harian (*diary*) *online* mereka sehingga bebas dicara oleh siapapun di internet. Secara umum, blog terdiri dari, (1) blog gratis, adalah blog yang dibuat melalui situs penyedia blog gratis seperti *blogger.com*, *wordpress.com*, *blogsme.com*, *blogdetik.com* dan (2) blog berbayar, adalah blog yang dibuat menggunakan nama domain dan *hosting* sendiri. Disebut demikian karena pengguna harus membeli domain dan *hosting* melalui situs penyedia domain dan *hosting* kemudian menginstal platform blog seperti *Wordpreess* yang biasanya disediakan secara gratis.

1. Manfaat Blog

- 1) *Media Aktualisasi Diri*. Salah satu kebutuhan manusia adalah *to be recognized* – untuk diakui kehadirannya, diperhatikan dan menunjukkan siapa diri dia, apa yang dia pikirkan, yang dia perhatikan, yang dia tertarik, apa yang dia senangi dan yang dia benci. Berbagai dukukung dari *web app* di *wold wide web* memudahkan blog berkembang pesat dan kini dapat

diaktualisasi dalam berbagai media sosial dalam bentuk *text, image, graphic, video, audio*, dan *slide presentation*, yang dapat diakses oleh semua orang

- 2) *Personal Branding*. Blog membantu penggunanya untuk menetapkan *self positioning*, atau memposisikan dirinya berdasarkan apa yang dia dapat lakukan. Melalui strategi tepat maka blog dapat memberitahu semua orang yang terhubung ke dalam jaringan internet tentang siapakah dia sebenarnya.
- 3) *Markas Besar di Dunia Maya*. Blog bisa dijadikan sebagai markas besar atau pusat dari seluruh aktifitas pengguna di dunia maya, dari blog pula pengguna dapat menampilkan *CV, online portofolio, link, badge* atau *widget* menuju situs-situs jejaring sosial yang pengguna eksisi seperti *Facebook, Twitter, Plurk, Digg*, Lintas Berita dan *LinkedIdn*.
- 4) *Media Promosi*. Blog menjadi ajang mendatangkan para pengguna internet agar pendatang untuk dapat mempromosikan produk (jasa informasi dan barang) kepada para pengguna khususnya dan masyarakat umumnya.
- 5) *Mendapatkan Relasi Baru*. Blog sangat membantu pengunjung untuk membaca topik-topik yang diminati, pengunjung dapat memberikan komentar kepada pemilik dan selanjutnya dapat terjadi percakapan yang memperkaya topik tertentu.
- 6) *Mendapatkan Penghasilan*. Ada dua cara untuk mendapatkan penghasilan dari internet:

- a. *Direct Income-Blog* dapat meng-*update* konten demi memperbesar tingkat kunjungan, seiring dengan meningkatnya jumlah kunjungan maka pemilik blog dapat menjual spot banner misalnya melalui *Service Pay-Per-Click*, *Pay-Per-Post*, *Paid-To-Review* atau membuat review tentang produk yang diafiliasikan, atau mungkin langsung menjual produk di blog Anda tersebut.
 - b. *Indirect Income-Blog* dapat digunakan sebagai media promosi bisnis atau memperkenalkan status diri pengguna. Para pengunjung yang datang ke blog bisa saja terkesima dengan portofolio pengguna sehingga diharapkan akan mengontak untuk melakukan perundingan selanjutnya.
- 7) *Stress Realese, Emoticon Release*. Terkadang seseorang ingin melampiaskan apa saja yang ingin dia rasakan, misalnya kejenuhan atau kebahagiaan lalu dia ingijn agar orang lain merespons apa yabg dia rasakan itu, blog memfasilitasi hal tersebut.
- 8) *Media Memberi, Media Sharing*. Terkadang orang ingin membagi apa yang dia ketahui, berbagi kebaikan, dan berbagi ilmu pengetahuan. Jika yang diinginkan adalah share kepada orang lain maka blog dapat memfasilitasi *share* itu dengan *text*, *graphic*, *audio*, *video* dan *slide presentation*.
- 9) *Jurnal Catatan Kehidupan*. Banyak orang yang menganggap bahwa blog adalah sebuah *diary* ataupun catatan harian. Suatu hari ketika orang itu

membaca kembali apa yang telah dia tuliskan, kebanyakan orang tertawa ketika membaca apa yang mereka tulis dahulu.

10) *Mendapatkan Feedback atas Apa Yang Pengguna Rasakan*. Mayoritas blog memiliki fitur komentar pada setiap artikelnya, blog memfasilitasi pengunjung untuk memberi respon terhadap apa yang ditulis.

11) *Public Relation yang Lebih Humanis*. Jika pengguna hendak mempromosikan atau korporasi maka pengguna dapat membuat *corporate blogging*, salah satu karakteristik blog adalah *personal point of view* yang menjadikan blog lebih humanis sehingga pengunjung merasa lebih nyaman.

2. Jenis-Jenis Blog Berdasarkan Tema

Ada beberapa jenis-jenis blog yang umumnya dapat ditemui melalui akses internet dengan berbagai macam tema blog , yaitu:

1) Blog Kesehatan

Blog kesehatan biasanya berisi konten yang meliputi ruang lingkup kesehatan, seperti informasi kesehatan, keluhan keluhan pasien, berita terbaru kesehatan, pencegahan penyakit, dan keterangan keterangan sekitar kesehatan

2) Blog Politik

Blog yang berisi informasi atau berita yang menyangkut kampanye politik, Partai, aktivis dsb. konten blog tipe ini tidak jauh dari berita berita tentang politik dalam negri maupun luar negeri.

3) Blog Pribadi

Blog jenis ini biasa di sebut sebagai catatan sehari - hari seseorang atau pribadi, berisi informasi pengalaman, kisah kisah hidup, syair, puisi dan ide ide, gagasan, curhatan atau obrolan seputar teman.

4) Blog Sastra

Biasanya blog ini berupa sastra dan keindahan yang berkaitan dengan novel, cerita cerita seperti puisi dsb, blog ini dikenal dengan istilah litblog (Literary Blog)

5) Blog Agama

Sesuai dengan namanya blog ini tentunya membahas tentang agama, dan konten konten yang mengan dung keagamaan, bisa berupa ajakan, cara beribadah, ayat ayat agama, dan lain lain yang menyangkut dengan keagamaan.

6) Blog Perjalanan

Blog yang berisi tentang cerita perjalanan atau travelling, foto foto dan video keindahan alam, dan biasanya berisi konten perjalanan di suatu tempat dan dokumentasi travelling blog ini cocok bagi orang yang suka melakukan travelling, pecinta alam dll.

7) Blog Fashion

Blog ini berisi konten seputar busana, gaya penampilan, pameran pameran fashion, dan perkembangan dunia fashion, model fashion terbaru dan liputan mengenai berita mode terkini, dan lain-lain.

8) Blog Pendidikan

Isi blog jenis ini lebih berfokus kepada pendidikan, pelajaran sekolah, kurikulum, biasanya ditulis oleh murid dan guru, konten yang disajikan berupa ilmu pendidikan, ilmu pengetahuan dan yang bersangkutan dengan pendidikan.

9) Blog Bisnis

Blog seperti ini biasanya berisi konten konten dunia bisnis, seperti perdagangan, jasa, industri dsb, yang di buat oleh seorang karyawan atau pegawai dan juga wirausahawan yang bertujuan sebagai media promosi tentang bisnis mereka.

10) Blog Spam atau Blog Pengganggu

Berisi spam atau disebut juga splogs untuk mempromosikan program / bisnis afiliasi oleh karena itu blog ini disebut blog pengganggu karena isinya spam blog

11) Blog Virus

Blog Perusak biasanya berisi malware, dan program virus didalamnya yang sengaja dibuat untuk merusak.

(<http://kangobboy.blogspot.co.id/2016/08/jenis-jenis-blog-berdasarkan-tema-konten-platform.html>, diakses 17 Juli 2017, 11:10 WITA)

3. Jenis-Jenis Blog Berdasarkan Konten

Tidak hanya blog berdasarkan tema, perlu di ketahui bahwa blog mempunyai jenis jenis blog selain temanya itu sendiri, yaitu jenis jenis blog berdasarkan konten yaitu:

1) Blog Pribadi

Ini adalah jenis blog yang paling umum. Blog ini pada dasarnya dibuat hanya untuk kesenangan si pemiliknya saja. Isinya pun lebih banyak bercerita tentang berbagai hal dalam kehidupan sehari-hari. Bisa berupa curhatan atau pengalaman-pengalaman menarik.

Blog pribadi tidak ditujukan untuk menghasilkan uang. Walaupun dikemudian hari bisa menghasilkan uang, itu bukan tujuan utama bagi pemiliknya. Pemilik blog jenis ini pun akan tetap enjoy ngeblog tanpa merasa terbebani.

Salah satu blog pribadi yang cukup terkenal adalah blog milik Raditya Dika. Blog Raditya lebih banyak bercerita soal hal-hal lucu dalam kehidupan sehari-harinya. Walau dibuat untuk kesenangan semata, blog ini ternyata telah membuat Raditya Dika menjadi terkenal.

2) Blog Otoritas

Blog otoritas atau sering juga disebut authority blogs adalah jenis blog yang dibuat sedikit serius. Tujuan utamanya adalah menjadi ahli dari topik yang dibahasnya. Walau konten yang dibuat tidak mementingkan kata kunci atau keyword namun blog ini tetap menyajikan konten berkualitas.

Tema yang dihadirkan pada blog otoritas lebih beragam, misal soal kesehatan, bisnis, properti, pengembangan diri, teknologi dan lain-lain.

Walau menganut ragam tema, blog otoritas tetap mementingkan kualitas konten.

Jika blog pribadi tidak mementingkan pengunjung mau banyak atau tidak, blog otoritas peduli dengan jumlah pengunjung. Walau tidak fokus pada pengunjung dari mesin pencari semisal Google, Yahoo atau Bing, namun kampanye blog otoritas cukup massif. Blog ini mengutamakan pengunjung dari sosial media (Facebook, Twitter, dan Pinterest, dan lain-lain).

3) Blog Niche

Hampir sama dengan blog otoritas, blog niche dibuat dengan serius. Bedanya, jika blog otoritas menganut banyak tema, blog niche hanya mengangkat satu tema besar. Itulah yang kemudian dikembangkan dan dibahas hingga hal-hal terkecil.

Sumber trafik utama blog niche tentu saja mesin pencari, namun tetap juga melakukan kampanye melalui sosial media. Pengelola blog niche akan mempelajari lebih jauh cara riset keyword dan memperdalam pengetahuan soal SEO (*Search Engine Optimization*).

Banyak pengelola blog niche bergerilya mengumpulkan backlink agar bisa tampil di halaman utama mesin pencari. Namun seiring waktu, Google tidak lagi melihat jumlah backlink sebagai hal yang patut diperhitungkan, sehingga optimalisasi blog niche saat ini lebih beragam.

Blog niche sendiri oleh John James Robinson dalam ebooknya "The Authority Site Adsense Guide" membagi empat bagian, yakni:

a. Whole Niche

Whole niche adalah blog niche yang membahas seluruh jangkauan topik. Contohnya jika blog Anda membahas seputar Blogger, maka Anda membahas seluruh topik, mulai dari template Blogger, panduan Blogger, seo Blogger dan keseluruhan soal Blogger.

b. Broad Niche

Broad niche adalah niche blog yang tidak membahas keseluruhan topik, melainkan sebagian besar topik saja. Contohnya jika blog Anda membahas seputar Blogger, maka blog Anda akan membahas bagaimana blog bisa menghasilkan uang, jadi pembahasannya meliputi, SEO untuk blogger, hingga monetize blog Blogger Anda.

c. Themed Niche

Themed niche adalah blog niche yang sudah mengarah ke suatu topik tertentu saja. Misalnya blog Anda topiknya seputar Blogger, maka pembahasan di blog Anda hanya SEO off page untuk blogger saja atau sebaliknya.

d. Micro Niche

Micro niche adalah blog niche yang sangat sempit dan begitu terarah detail. Misal topik blog Anda adalah seputar blogger, maka

pembahasan di niche blog Anda nantinya hanya membahas seputar SEO on page khusus riset keyword saja.

e. Blog Resmi

Blog ini memang sedikit terbatas pembuatannya. Jenis blog ini hanya dibuat oleh satu perusahaan yang sama sekali tidak ditujukan untuk monetize. Biasanya, blog jenis ini dibuat untuk memberikan informasi tambahan dari produk atau layanan oleh satu perusahaan.

Hampir semua perusahaan besar di dunia maya saat ini memiliki blog. Bahkan situs berita dan sebagainya pun kini punya blog.

f. Blog Citizen

Belakangan ini jenis blog citizen makin banyak dibuat. Jenis ini seperti namanya tidak dibuat oleh satu orang saja. Biasanya dibuat oleh beberapa orang dalam satu kelompok. Yang menulis dan mengelolah blog pun banyak dengan tujuan dan kepentingan yang berbeda-beda. Salah satu blog citizen yang terkenal di Indonesia adalah Kompasiana. Jenis blog ini biasanya akan dengan cepat berkembang karena dikelola beramai-ramai. Tema yang dianut blog citizen hampir sama dengan blog otoritas, umum namun berkualitas.

g. Blog Spam

Blog spam adalah jenis blog yang dibuat asal-asalan dan tidak memperdulikan soal kualitas konten. Blog jenis ini umumnya berupa

blog *automatically generated content*(AGC) yang bisa dengan mudah dibuat dalam jumlah masif.

Pembuat blog tinggal menggunakan software (biasa juga kode tertentu atau plugin) untuk pengambil konten dari blog atau website orang lain dan blog mereka akan dengan mudah terisi konten. Biasanya blog spam ini dibuat oleh orang-orang malas dan mau cepat berpenghasilan dari blog.

(<http://www.blogoblok.com/2015/03/enam-jenis-blog-yang-harus-anda-ketahui.html>, di akses 17 Juli 2017, 11:24 WITA)

4. Konten-konten Dalam Blog

1) Home

Merupakan halaman utama dari akun blogger yang berisi semua informasi umum dan pengaturan akun blogger seperti mengatur *account* dan *profile*, membuat blog baru dan lain sebagainya.

2) Ikhtisar

Merupakan halaman utama masing-masing blog yang berisi informasi umum mengenai blog yang anda kelola dan semua *tools* atau fasilitas dalam blog.

3) Konten

Halaman yang berisi tentang informasi artikel dari yang sudah diterbitkan dan belum diterbitkan atau dipublikasikan.

4) Komentar

Halaman yang berisi informasi semua komentar yang ada di blog.

5) Counter Pengunjung

Merupakan informasi penghitungan secara statistik data pengunjung blog, seperti jumlah kunjungan, artikel yang dilihat, asal pengunjung dan lain sebagainya.

6) Tampilan

Menu ini berisi tentang semua pengaturan tampilan atau template blog. mengedit html template, mengatur tampilan blog versi mobile dan juga untuk merancang template dengan fitur yang disediakan.

E. Konsep Diri

Menurut William D. Brooks (Jalaluddin Rakhmat, 2003: 99), konsep diri merupakan persepsi psikologi, sosial, dan fisik terhadap diri sendiri yang didapat dari berbagai pengalaman diri sendiri ataupun yang di dapatkan dari interaksi dengan orang lain. Konsep diri merupakan suatu gagasan kompleks yang mempengaruhi cara seseorang dalam berpikir, berbicara, dan bertindak. Cara seseorang dalam memandang dan memperlakukan orang lain. Pilihan yang harus diambil seseorang. Kemampuan untuk memberi dan menerima cinta. Kemampuan untuk bertindak dan mengubah sesuatu.

Komponen Konsep Diri

Menurut Hurlock (2010: 237) konsep diri terdiri dari 2 komponen yaitu sebagai berikut:

a. Konsep Diri Sebenarnya

Konsep diri sebenarnya adalah sebuah konsep seseorang dari siapa dan apa dia itu. Sebagian besar dari konsep ini ditentukan oleh peran dan hubungan dengan orang lain, serta reaksi orang lain terhadap orang tersebut.

b. Konsep diri ideal

Konsep diri ideal adalah sebuah gambaran seseorang mengenai penampilan serta kepribadian yang didambakannya. Diri ideal yang dimaksudkan disini akan dapat dicapai seseorang dengan berperilaku sesuai dengan standar tertentu yang berlaku. Standar tersebut dapat berhubungan dengan tujuan, aspirasi, atau nilai yang ingin dicapai. Dengan kata lain, diri ideal adalah perwujudan harapan seseorang berdasarkan norma sosial yang ada.

Sedangkan harga diri berhubungan dengan pencapaian tujuan oleh seseorang. Jika seseorang selalu sukses maka cenderung akan mempunyai harga diri yang tinggi. Sebaliknya, jika seseorang sering mengalami kegagalan maka cenderung mempunyai harga diri yang rendah.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsep Diri

Menurut Stuart dan Sudeen ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan konsep diri. Faktor-faktor tersebut terdiri dari teori perkembangan, Significant Other (orang yang terpenting atau yang terdekat) dan Self Perception (persepsi diri sendiri), untuk lebih jelasnya mari kita baca lebih lanjut tentang “Faktor yang mempengaruhi Konsep Diri” berikut ini:

a. Teori perkembangan

Konsep diri belum ada waktu lahir, kemudian berkembang secara bertahap sejak lahir seperti mulai mengenal dan membedakan dirinya dan orang lain. Dalam melakukan kegiatannya memiliki batasan diri yang terpisah dari lingkungan dan berkembang melalui kegiatan eksplorasi lingkungan melalui bahasa, pengalaman atau pengenalan tubuh, nama panggilan, pengalaman budaya dan hubungan interpersonal, kemampuan pada area tertentu yang dinilai oleh diri sendiri atau masyarakat serta aktualisasi diri dengan merealisasi potensi yang nyata.

b. *Significant Other* (orang yang terpenting atau yang terdekat)

Dimana konsep diri dipelajari melalui kontak dan pengalaman dengan orang lain, belajar diri sendiri melalui cermin orang lain yaitu dengan cara pandangan diri merupakan interpretasi diri pandangan orang lain terhadap diri, anak sangat dipengaruhi orang yang dekat, remaja dipengaruhi oleh orang lain yang dekat dengan

dirinya, pengaruh orang dekat atau orang penting sepanjang siklus hidup, pengaruh budaya dan sosialisasi.

c. *Self Perception* (persepsi diri sendiri)

Yaitu persepsi individu terhadap diri sendiri dan penilaiannya, serta persepsi individu terhadap pengalamannya akan situasi tertentu. Konsep diri dapat dibentuk melalui pandangan diri dan pengalaman yang positif. Sehingga konsep merupakan aspek yang kritical dan dasar dari perilaku individu. Individu dengan konsep diri yang positif dapat berfungsi lebih efektif yang dapat berfungsi lebih efektif yang dapat dilihat dari kemampuan interpersonal, kemampuan intelektual dan penguasaan lingkungan. Sedangkan konsep diri yang negatif dapat dilihat dari hubungan individu dan sosial yang terganggu.

F. Keterbukaan Diri (*Self-Disclosure*)

Keterbukaan diri, ialah jenis komunikasi di mana kita mengungkapkan informasi tentang diri kita sendiri yang biasanya kita sembunyikan. Keterbukaan diri adalah jenis komunikasi mengacu pada pengungkapan informasi secara sadar, seperti pernyataan mengenai sesuatu. Keterbukaan diri informasi yang sebelumnya tidak diketahui oleh penerima. Pengungkapan diri merupakan informasi tentang diri sendiri; tentang pikiran, perasaan, dan perilaku seseorang; atau tentang orang lain yang sangat dekat yang sangat dipikirkannya. Keterbukaan diri menyangkut informasi yang biasanya dan secara aktif disembunyikan (DeVito, 1997: 62). Teori

self disclosure atau keterbukaan diri merupakan proses mengungkapkan reaksi atau tanggapan kita terhadap situasi yang sedang kita hadapi serta memberikan informasi guna memahami suatu tanggapan terhadap orang lain dan sebaliknya. Membuka diri berarti membagikan kepada orang lain perasaan kita terhadap suatu yang telah dikatakan atau dilakukannya atau perasaan kita terhadap suatu kejadiankejadian yang baru saja kita saksikan (DeVito, 1997: 231-232).

Beberapa manfaat dan dampak keterbukaan diri terhadap hubungan antar pribadi adalah sebagai berikut (DeVito, 1997: 234):

1. Keterbukaan diri merupakan dasar bagi hubungan yang sehat antara dua orang.
2. Semakin kita bersikap terbuka kepada orang lain, maka orang tersebut akan menyukai diri kita, sehingga ia akan semakin membuka diri kepada kita.
3. Orang yang rela membuka diri kepada orang lain terbukti cenderung memiliki sifat-sifat sebagai berikut: kompeten, terbuka, ekstrover, fleksibel, adaptif dan inteligen.
4. Membuka diri pada orang lain merupakan dasar relasi yang memungkinkan komunikasi intim baik dengan diri kita sendiri maupun dengan orang lain.
5. Membuka diri berarti bersikap realistis, maka di dalam pembukaan diri kita haruslah jujur, tulus, dan autentik.

Menurut DeVito, ada beberapa keuntungan dari keterbukaan diri (*self disclosure*) (DeVito, 1997: 30):

1. Memahami diri sendiri
2. Meningkatkan kemampuan untuk menghadapi rasa bersalah
3. *Energy release*
4. Meningkatkan efisiensi dan berkomunikasi
5. Membina hubungan yang bermakna
6. Kesehatan Fisiologis

Faktor-faktor keterbukaan diri, menurut DeVito, ialah (DeVito, 1997: 62):

1. Besar Kelompok
2. Perasaan Menyukai
3. Efek Diadik
4. Kompetensi
5. Kepribadian
6. Topik
7. Jenis Kelamin

Dengan melihat faktor diatas, dapat kita ambil kepribadian, topik, dan jenis kelamin untuk menjadi panduan penelitian yang dilakukan. Kepribadian merupakan orang-orang yang pandai bergaul (*sociable*) dan ekstrovert melakukan keterbukaan diri lebih banyak ketimbang mereka yang kurang pandai bergaul dan lebih introvert. Topik, lebih cenderung kepada membuka diri tentang topik tertentu ketimbang topik yang lain. Jenis kelamin, merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi pengungkapan diri. Keakraban menghendaki secara relative keterbukaan diri atau

self-disclosure tingkat tinggi. Melalui berbagi perasaan dan proses keterbukaan diri yang sangat pribadi orang benar-benar dapat mengetahui dan mengerti satu sama lain (Budyatna dan Ganeim, 2011 : 158)

Umumnya pria kurang terbuka ketimbang wanita (DeVito, 1997: 63).

Keterbukaan diri (*self disclosure*) memiliki berbagai dimensi (DeVito, 1997: 40):

1. Ukuran/ Jumlah *Self disclosure*

Hal ini berkaitan dengan seberapa banyak jumlah informasi diri kita yang diungkapkan. Jumlah tersebut bisa dilihat berdasarkan frekuensi kita menyampaikan pesan-pesan *self disclosure* atau bisa juga dengan menggunakan ukuran waktu, yakni berapa lama kita menyampaikan pesan-pesan yang mengandung *self disclosure* pada keseluruhan kegiatan komunikasi kita dengan lawan komunikasi kita.

2. Valensi *Self Disclosure*

Hal ini berkaitan dengan kualitas *self disclosure* kita: positif atau negatif. Saat kita menyampaikan siapa diri kita secara menyenangkan, penuh humor, dan menarik seperti apa yang dilakukan seorang tua yang berkepala botak yang menyatakan, “inilah model rambut yang paling cocok untuk orang seusia saya.” Ini merupakan *self disclosure* yang positif. Sebaliknya, apabila orang tersebut mengungkapkan dirinya dengan menyatakan, “sudah berobat ke sana ke mari dan mencoba berbagai metode mencegah kebotakan yang ternyata bohong semua, inilah hasilnya”. Ini berarti *self disclosure* negatif. Dampak dari *self disclosure* yang berbeda itu tentu saja akan

berbeda pula, baik pada orang yang mengungkapkan dirinya maupun pada lawan komunikasinya.

3. Kecermatan dan Kejujuran

Kecermatan dalam *self disclosure* yang kita lakukan akan sangat ditentukan oleh kemampuan kita mengetahui atau mengenal diri kita sendiri. Apabila kita mengenal dengan baik diri kita maka kita akan mampu melakukan *self disclosure* dengan cermat. Bagaimana kita akan bisa menyatakan bahwa kita ini termasuk orang yang bodoh apabila kita sendiri tidak mengetahui sejauh mana kebodohan kita itu dan tidak bisa juga merumuskan apa yang disebut pandai itu. Di samping itu, kejujuran merupakan hal yang penting yang akan mempengaruhi *self disclosure* kita. Oleh karena kita mengemukakan apa yang kita ketahui maka kita memiliki pilihan, seperti menyatakan secara jujur, dengan dibungkus kebohongan, melebih-lebihkan. Namun, *self disclosure* yang kita lakukan akan bergantung pada kejujuran kita. Misalnya, kita bisa melihat perilaku orang yang hendak meminjam uang. Biasanya orang yang hendak berhutang mengungkapkan permasalahan pribadinya seperti tak memiliki uang untuk belanja besok hari, anaknya sakit atau biaya sekolah anaknya. Sering pula kemudian *self disclosure* dalam wujud penderitaan itu dilebih-lebihkan untuk memancing iba orang yang akan dipinjami.

4. Maksud dan Tujuan

Dalam melakukan *self disclosure*, salah satu hal yang kita pertimbangkan adalah maksud atau tujuannya. Tidak mungkin orang tiba-tiba menyatakan dirinya apabila tidak memiliki maksud dan tujuan tertentu. Contohnya pada saat untuk mengurangi rasa bersalah atau untuk mengungkapkan perasaan. Inilah yang populer disebut sebagai curhat itu. Kita mengungkapkan diri kita dengan tujuan tertentu. Oleh karena menyadari adanya maksud dan tujuan *self disclosure* itu maka kita pun melakukan control atas *self disclosure* yang kita lakukan. Orang yang melebih-lebihkan atau berbohong dalam melakukan *self disclosure*nya mencapai maksud atau tujuan yang diinginkannya.

5. Keakraban

Keakraban merupakan salah satu hal yang serta kaitannya dengan komunikasi *self disclosure*. Apa yang diungkapkan itu bisa saja hal-hal yang sifatnya pribadi atau intim misalnya mengenai perasaan kita, tetapi bisa juga mengenai hal-hal yang sifatnya umum, seperti pandangan kita terhadap situasi politik mutakhir di tanah air atau bisa saja antara hal yang intim/pribadi dan hal yang impersonal publik.

Keterbukaan diri ini dapat berupa berbagai topik seperti informasi perilaku, perasaan, keinginan, motivasi dan ide yang sesuai dan terdapat didalam diri orang yang bersangkutan (Dayakisni, 2003: 88). Keterbukaan diri dapat mengandung risiko, (dalam Taylor, Peplau, dan Sears, 2009: 336) beberapa risiko yang terjadi saat mengungkapkan diri antara lain:

- a. Pengabaian. Kita mungkin berbagi sedikit informasi dengan orang lain saat mengawali suatu hubungan. Terkadang pengungkapan diri kita dibalas dengan pengungkapan diri orang lain dan hubungan pun berkembang. Tetapi terkadang orang lain sama sekali tidak tertarik untuk mengenal kita.
- b. Penolakan. Informasi diri yang kita ungkapkan mungkin menimbulkan penolakan sosial.
- c. Hilangnya kontrol. Terkadang orang memanfaatkan informasi yang kita berikan kepada mereka untuk menyakiti atau untuk mengontrol perilaku kita.
- d. Pengkhianatan. Ketika kita mengungkapkan informasi personal kepada seseorang, kita sering berasumsi, atau bahkan secara tegas meminta agar informasi itu dirahasiakan. Sayangnya, terkadang orang itu berkhianat. Penelitian ini melihat aktivitas pengungkapan diri yang biasa dilakukan merupakan informasi tentang diri sendiri, tentang pikiran, perasaan, dan perilaku seseorang yang dekat dengannya melalui cerita di halaman blognya.

Beberapa manfaat dan dampak keterbukaan diri terhadap hubungan antar pribadi adalah sebagai berikut (DeVito, 1997: 234):

- a. Keterbukaan diri merupakan dasar bagi hubungan yang sehat antara dua orang.
- b. Semakin kita bersikap terbuka kepada orang lain, maka orang tersebut akan menyukai diri kita, sehingga ia akan semakin membuka diri kepada kita.

- c. Orang yang rela membuka diri kepada orang lain terbukti cenderung memiliki sifat-sifat sebagai berikut: kompeten, terbuka, ekstrover, fleksibel, adaptif dan inteligen.
- d. Membuka diri pada orang lain merupakan dasar relasi yang memungkinkan komunikasi intim baik dengan diri kita sendiri maupun dengan orang lain.
- e. Membuka diri berarti bersikap realistis, maka di dalam pembukaan diri kita haruslah jujur, tulus, dan autentik.
- f. Menurut DeVito, ada beberapa keuntungan dari keterbukaan diri (*self disclosure*) (DeVito, 1997: 30):
 - 1) Memahami diri sendiri
 - 2) Meningkatkan kemampuan untuk menghadapi rasa bersalah
 - 3) *Energy release*
 - 4) Meningkatkan efisiensi dan berkomunikasi
 - 5) Membina hubungan yang bermakna

6. Kesehatan Fisiologis

Faktor-faktor keterbukaan diri, menurut DeVito, ialah (DeVito, 1997: 62):

- a. Besar Kelompok
- b. Perasaan Menyukai
- c. Efek Diadik
- d. Kompetensi
- e. Kepribadian

f. Topik

g. Jenis Kelamin

Dengan melihat faktor diatas, dapat kita ambil kepribadian, topik, dan jenis kelamin untuk menjadi panduan penelitian yang dilakukan. Kepribadian merupakan orang-orang yang pandai bergaul (*sociable*) dan ekstrovert melakukan keterbukaan diri lebih banyak ketimbang mereka yang kurang pandai bergaul dan lebih introvert. Topik, lebih cenderung kepada membuka diri tentang topik tertentu ketimbang topik yang lain. Jenis kelamin, merupakan faktor terpenting yang mempengaruhi pengungkapan diri. Umumnya pria kurang terbuka ketimbang wanita (DeVito, 1997: 63). Keterbukaan diri (*self disclosure*) memiliki berbagai dimensi (DeVito, 1997: 40).

G. Teori Johari Windows

Johari Window, gabungan nama dari dua orang penggagas, yaitu Jo Luft dan Harry Ingham. Merupakan alat untuk menelaah mengenai luas dan hubungannya antara pengungkapan atau *disclosure* dan umpan balik atau *feedback* di dalam suatu hubungan. Window memiliki empat jendela atau kuadran.

1) Terbuka (Open self)

Dalam diri kita terdapat daerah terbuka (*Open*). *Open self* adalah bagian dari diri kita yang menyajikan semua informasi, perilaku, sifat, perasaan, keinginan, motivasi, dan ide yang diketahui oleh diri sendiri dan orang lain. Informasi yang

diketahui oleh diri sendiri dan orang lain ini mencakup antara lain nama diri, warna kulit, usia, agama, sikap terhadap politik, hobi, dan sebagainya.

Menurut Joseph Luft, makin kecil bagian *open self*, makin buruk komunikasi berlangsung. Komunikasi tergantung pada tingkat keterbukaan di mana kita membuka diri kepada orang lain dan kepada diri kita sendiri. Jika kita tidak mengizinkan orang lain mengetahui tentang diri kita, komunikasi antara kita dan orang lain tersebut akan mengalami kesukaran, untuk tidak menyebut tidak mungkin. Untuk meningkatkan komunikasi antarpribadi dengan orang lain, kita harus memperlebar daerah *open self*.

2) Buta (*Blind self*)

Dalam diri kita terdapat daerah yang disebut daerah buta (*blind*). *Self* adalah segala hal tentang diri kita yang diketahui orang lain namun tidak diketahui oleh diri kita sendiri.

Karena adanya daerah buta atau blind, akan membuat komunikasi menjadi tidak efektif, maka kita harus mengusahakan agar daerah ini jangan terlalu besar dalam diri kita. Menghilangkannya sama sekali adalah tidak mungkin, namun kita harus berusaha untuk menyusutkannya.

3) Tersembunyi (*Hidden self area*)

Dalam diri kita terdapat wilayah tersembunyi. Wilayah ini berisi apa – apa yang kita ketahui dari diri kita sendiri atau dari orang lain yang kita simpan untuk diri sendiri, yang orang lain tidak mengetahuinya. Misalnya, kita menyimpan sendiri

rahasia kesuksesan kita, ketakutan kita akan sesuatu, masalah keluarga, kondisi keuangan yang buruk, dan sebagainya.

Dalam menyingkapkan diri kita pada orang lain (yang dikenal dengan konsep self disclosure, yang akan kita pelajari pada bagian berikut) terdapat dua ekstrim. Pada suatu ekstrim, kita menceritakan semua tentang diri kita pada orang lain. Disini berarti daerah hidden self sangat kecil. Pada ekstrim yang lain, kita sama sekali tidak mencerminkan tentang diri kita pada orang lain. Orang – orang seperti ini umumnya takut membuka diri, antara orang lain karena takut ditertawakan dan ditolak. Pada ekstrim ini, daerah hidden self sangat besar.

4) Tidak Dikenal (*Unknown self*)

Dalam diri kita terdapat wilayah yang tidak dikenal (*unknown*). Daerah *unknown self* adalah aspek dari diri kita yang tidak diketahui baik oleh diri kita sendiri maupun orang lain. Kita mungkin akan mengetahui aspek dari diri yang tidak dikenal ini melalui kondisi kondisi tertentu, misalnya melalui hipnotis. Walaupun sulit untuk mengetahuinya, kita harus menyadari bahwa aspek ini ada dalam diri kita.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Blog

Blog adalah singkatan dari *web log*. Istilah ini pertama kali digunakan oleh Jorn Barger pada bulan Desember 1997. Jorn Barger menggunakan istilah *Weblog* untuk menyebut kelompok website pribadi yang selalu diupdate secara kontinyu dan berisi link-link ke website lain yang mereka anggap menarik disertai dengan komentar-komentar mereka sendiri. Atau dengan kata lain, blog adalah jenis situs *web* yang menyerupai tulisan-tulisan pada halaman web, biasanya disusun diurutkan secara kronologis (waktu kejadian) mulai dari postingan yang terbaru berada di bagian atas halaman utama (halaman depan/*homepage*) diikuti postingan paling lama dibawahnya.

Blog pertama adalah halaman “What’s New” pada browser Mosaic yang dibuat oleh Marc Andersen pada tahun 1993. Mosaic adalah browser pertama sebelum adanya Internet Explorer bahkan sebelum Netscape. Bulan Januari 1994 Justin Hall memulai website pribadinya “Justin’s Home Page” yang kemudian berubah menjadi “Links from the Underground” yang mungkin dapat disebut sebagai Blog pertama seperti yang kita kenal sekarang. Hingga pada tahun 1998, jumlah Blog yang ada masih sangat sedikit. Hal ini disebabkan karena saat itu diperlukan keahlian dan pengetahuan khusus tentang pembuatan website, HTML, dan web hosting untuk membuat Blog, sehingga hanya mereka yang berkecimpung di bidang Internet,

System Administrator atau Web Designer yang kemudian pada waktu luangnya menciptakan Blog-Blog mereka sendiri.

Pada tahun 1999, Peter Merholz menyebutkan istilah weblog sebagai *wee-blog*, hingga akhirnya dibuat pendek menjadi blog saja. Orang yang mengelola blog kemudian di sebut “blogger”. Dari titik itulah semuanya berubah. Semakin hari, semakin banyak orang yang membuat blog. Pertumbuhan blog menjadi semakin signifikan ketika Pitas merilis Blogger.com pada Juli 1999. Blogger.com merupakan *web service* yang memungkinkan orang yang bahkan tidak memiliki kemampuan html sekalipun mampu menciptakan dan mengelola blog. Di titik ini, blog benar-benar berubah. Bahkan definisi blog mulai bergeser. Blog yang awalnya merupakan kumpulan link yang dikomentari oleh pemilik blog, mulai bergeser menjadi media ekspresi bebas semau pemilik blog yang ditampilkan secara kronologis terbalik. Blog kemudian berubah menjadi sebuah diary online. Diary atau catatan harian mengenai pendapat, opini, dan apapun itu dalam bentuk yang dipublikasikan secara *online*.

Dari sini, semuanya benar-benar berubah. Blog bertumbuh demikian cepat. Terlebih setelah Movable Type diluncurkan dan wordpress sebagai project kelanjutan cms b2 dirilis ke publik sebagai blog engine. Setelah itu, blog terus berevolusi menjadi blog seperti hari ini.

B. Perkembangan Blog di Indonesia

Hari Blogger Nasional pernah di kenal dan diperingati sebagai Pesta Blogger. Tepat pada tanggal 27 Oktober 2007, Menteri Komunikasi dan Informatika RI, Muhammad Nuh, menetapkan hari itu sebagai Hari Blogger Nasional atau dikenal juga sebagai Event On Off Indonesia (OnOffID).

Event tahunan yang bertajuk Pesta Blogger tersebut kemudian berkembang sedemikian rupa sehingga mampu menarik banyak blogger nasional untuk turut serta di dalamnya. Seiring dengan perkembangannya, acara tahunan yang dulunya hanya berfokus kepada pesta akbar para blogger se-Indonesia kemudian mulai mengalami pergeseran fokus. Acara tersebut mulai dirancang untuk menekankan pada para blogger untuk bisa mengelola blog mereka lebih serius lagi sehingga bisa menghasilkan sesuatu yang lebih bermanfaat.

Selain bisa digunakan sebagai sumber penghasilan, blog juga bisa dijadikan sebagai sarana memperluas jaringan pertemanan. Sehingga disarankan bahwa blog tidak hanya digunakan sebagai ajang curhat pribadi saja, namun lebih dari itu sebuah blog bisa dimanfaatkan sebagai sarana untuk membuka peluang bisnis baru.

Hari Blogger Nasional tahun 2016 di Indonesia membuat satu perubahan lagi dunia *blogging*. Yaitu mengenai istilah untuk pegiat blog sudah dimasukkan ke dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ditahun 2016 memasukkan istilah *blogger* ke dalam KBBI menjadi blogger. Bukan dengan kalimat *double* “G” (yang di baca blogger), tapi hanya satu “G”, yaitu blogger.

Istilah blogger dalam KBBI adalah sebutan untuk orang yang mengeblog; pengeblog. Tapi pada tahun 2017 ini, ketika mencari istilah ini di Internet, KBBI masih belum mencatatnya dengan benar. Hal itu karena versi KBBI yang digunakan masih versi III. Sementara di dalam KBBI IV, istilah blogger sudah ditulis dengan benar, yaitu blogger. Itulah sebabnya Periset menulis “blogger” pada penelitian ini, bukan “blogger”.

Menurut Enda Nasution yang merupakan bapak blogger Indonesia, mengatakan bahwa blogger di Indonesia dapat dibagi menjadi 3 generasi, yaitu:

- 1) Generasi pertama, tahun 1998-2001, biasanya berkumpul di mesin msn.or.id (sekarang sudah tidak ada). *Directory* sempat dibuat di <http://www.coolnetters.com/indoblog.html>. Isi blog kurang lebih masih berupa jurnal pribadi. *Tool* yang digunakan adalah *livejournal* dan *blogger*.
- 2) Generasi kedua, tahun 2001-2002. Enda Nasution termasuk dalam generasi ini. Isi blog masih lebih bersifat pribadi. Di generasi kedua mulai bermunculan komunitas-komunitas blogger, seperti, bbv.or.id (Bandung), angkringan (Jogja), tukanglenong (Jakarta). Jumlah blogger mulai banyak, sempat mengadakan temu darat. <http://www.blogbugs.com/> sampai saat ini masih menjadi satu-satunya direktori blogger Indonesia. *Tool* yang digunakan adalah blogger, MT, dan pMachine.
- 3) Generasi ke tiga, dari tahun 2004 sampai hari ini, tumpang tindih dengan generasi ke dua. Generasi pertama karena satu dan lain hal sudah tidak ada lagi. Generasi ketiga lebih “techie” dan berkumpul di id-gmail karena dipaksa harus

mempunyai blog. Pada generasi ketiga ini mulai banyak blog dengan topik khusus yang tidak lagi bersifat jurnal pribadi. Biasanya blog-blog ini adalah blog kedua atau ketiga dari blogger yg sebelumnya sudah memiliki blog jurnal. Tool yang digunakan wordpress, MT.

C. Sejarah Komunitas Blogger Anging Mammiri

Sejak komunitas blogger di Indonesia banyak bermunculan, di Makassar pun terbentuk komunitas blogger yang menamakan diri mereka komunitas blogger Anging Mammiri. Komunitas blogger Anging Mammiri ini terbentuk sejak 11 Juni 2006. Namun, secara resmi didirikan pada tanggal 25 November 2006, ditandai dengan diluncurkannya situs komunitas yang beralamat www.angingmammiri.org. Terbentuknya komunitas blogger Anging Mammiri karena adanya ikatan persamaan antara blogger yang ada di Makassar. Pada profil blog komunitas blogger Anging Mammiri, beberapa persamaan yang bisa menyatukan para anggotanya adalah persamaan berupa; masih memiliki hubungan dengan kota Makassar, misalnya: lahir di kota Makassar, berdomisili di Makassar, orang tuanya berasal dari Makassar, berniat tinggal di kota Makassar, tertarik dengan Makassar, dan punya hubungan batin tertentu dengan Makassar dan sekitarnya. Maka siapapun yang memiliki persamaan tersebut, dan memiliki blog bisa menjadi anggota blogger Anging Mammiri. Saat ini, jumlah keseluruhan anggota komunitas blogger Anging Mammiri sampai pada April 2017 adalah berjumlah 160 orang dengan berbagai kategori blog.

Pada dasarnya anggota komunitas blogger Anging Mammiri memiliki jenis blog *niche*. Mereka menuliskan postingan yang berhubungan dengan apa yang mereka sukai seperti *fashion, beauty, food, travelling* dan masih banyak lagi. Sehingga periset tertarik untuk melakukan penelitian mengenai keterbukaan diri.

Seringkali blog di update secara berkala oleh pemilik dan ditulis hanya dengan satu topik khusus, contohnya tentang tutorial blog, Internet, tips dan trick, catatan pribadi, hobi dan lain-lain. Walaupun tidak sedikit juga pemilik mencampur tulisannya dengan lebih dari satu topik. Atas dasar bahwa anggota komunitas Anging Mammiri kebanyakan merupakan blog *niche*, akhirnya muncullah rumusan masalah mengenai hubungan blog dan tingkat keterbukaan diri.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN ANALISA DATA

A. HASIL PENELITIAN

1.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden penelitian ini adalah blogger Makassar dari komunitas blogger Anging Mammiri. Berikut deskripsi karakteristik responden penelitian yang meliputi jenis kelamin, usia, lama menjadi blogger, frekuensi menggunakan blog, durasi menggunakan blog, dan jenis blog:

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	47	42.7%
Perempuan	63	57.3%
Total	110	100%

Hasil dari tabel 4.1 menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah berjenis kelamin perempuan, yaitu berjumlah 63 orang dengan persentase 57.3%. Kemudian responden laki-laki sebanyak 47 orang dengan Persentase rendah yaitu sebesar 42.7%

b. Usia

Tabel 4.2

Distribusi Responden Berdasarkan Usia Responden

N=110

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
< 18 tahun	2	1.8%
19 – 30 tahun	71	64.5%
31 – 40 tahun	33	30%
> 40 tahun	4	3.6%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Hasil dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 19-30 tahun berjumlah 71 orang dan merupakan mayoritas responden terbesar dengan Persentase 64.5%. Berusia < 18 tahun dan > 40 tahun masing-masing sebanyak 2 orang dan 4 orang dengan Persentase 1.8% dan 3.6%. Selebihnya adalah responden dengan usia 31-40 tahun berjumlah 33 orang dengan Persentase 30.0%.

c. Jenis Blog

Tabel 4.3

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Blog

N=110

Isi Konten Blog	Frekuensi	Persentase (%)
Catatan harian (pengalaman hidup)	23	20.9%
Informasi berupa pendidikan, kuliner, fashion, beauty, travelling, otomotif dan lainnya yang menyangkut minat, hobi dan bakat	81	73.6%
Puisi berdasarkan kenyataan	4	3.6%
Cerita pendek (cerpen)	2	1.8%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa jenis blog responden dengan persentase paling tinggi yaitu 73.6% atau sebanyak 81 responden menjawab bahwa blog mereka berisi informasi berupa pendidikan, kuliner, fashion, beauty, travelling, otomotif dan lainnya yang menyangkut minat, hobi dan bakat mereka. Kemudian 23 responden dengan Persentase 20.9% menjawab bahwa blog mereka berisi catatan harian atau pengalaman hidup yang mereka tuliskan. Selebihnya, dari 110 responden, 4 orang menjawab blog mereka berisi postingan puisi berdasarkan kenyataan hidup dengan Persentase 3.6%. Serta 2 responden atau 1.8% menjawab blognya berisi cerita pendek (cerpen).

1.2 Blog

Pada bagian ini, data yang di sajikan yakni segala sesuatu yang berhubungan dengan blog:

Tabel 4.4

Distribusi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Blogger

N=110

Lama Menjadi Blogger	Frekuensi	Persentase
>3 tahun (Sudah sangat lama)	75	68.2%
2-3 tahun (Sudah lama)	15	13.6%
1-2 tahun (Belum lama)	17	15.5%
< 1 tahun (Baru Saja)	3	2.7%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden sudah sangat lama menjadi blogger yaitu >3 tahun dengan Persentase berjumlah 75 orang dengan Persentase 68.2%. Responden yang baru saja menjadi blogger sebanyak 3 orang dengan Persentase 2.7%. Selebihnya adalah 1-2 tahun dengan berjumlah 17 orang dengan Persentase 15.5% dan 2-3 tahun berjumlah 15 orang dengan Persentase 13.6%.

Tabel 4.5

Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan Blog

N=110

Frekuensi Menggunakan Blog	Frekuesni	Persentase
>10 kali (Sangat sering)	5	4.5%
7-9 kali (Sering)	20	18.2%
4-6 kali (Jarang)	29	26.4%
1-3 kali (Kurang sekali)	56	50.9%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Merujuk pada tabel 4.5 mengenai frekuensi menggunakan blog dapat dilihat bahwa dalam satu minggu, responden hanya 1-3 kali (kurang sekali) menggunakan blog, dengan jumlah responden 56 orang dengan Persentase paling tinggi yaitu 50.9%. 29 responden menjawab 4-6 kali (jarang) dengan Persentase 26.4%. Selebihnya, 20 responden menjawab frekuensi menggunakan blog yaitu 7-9 kali (sering) dengan Persentase 18.2% dan 5 responden menjawab >10 kali dengan Persentase 4.5%.

Tabel 4.6

Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Menggunakan Blog

N=110

Durasi Menggunakan Blog	Frekuensi	Persentase
>3 Jam (Sangat banyak)	26	23.6%
2-3 Jam (Banyak)	49	44.5%
1-2 Jam (Kurang banyak)	27	24.5%
<1 Jam (Sedikit)	8	7.3%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa durasi paling tinggi responden menggunakan blog setiap kali *ngeblog* yaitu 2-3 jam (banyak) dengan Persentase 44.5%. Kemudian 27 responden menjawab 1-2 jam (kurang banyak) dengan Persentase 24.5%. Sebanyak 26 responden menjawab >3jam (sangat banyak) dengan Persentase 23.6%. Persentase terendah yaitu 7.3% atau sebanyak 8 orang responden menjawab durasi menggunakan blog yaitu <1 jam (sedikit).

Tabel 4.7

Distribusi Responden Berdasarkan Tampilan Halaman Blog

N=110

Tampilan Halaman Blog	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Menarik	29	26.4%
Menarik	62	56.4%
Kurang Menarik	18	16.4%
Tidak Menarik	1	0.9%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Berdasarkan tabel 4.7 responden menjawab bahwa tampilan halaman blog mereka menarik dengan Persentase tertinggi yaitu 56.4% sebanyak 62 responden. Responden yang menjawab tampilan halaman blog mereka kurang menarik sebanyak 18 responden dengan Persentase 16.4%. Kemudian 29 orang menjawab tampilan halaman blog mereka sangat menarik dengan Persentase 26.4%. Sedang 1 responden menjawab tampilan halaman blognya tidak menarik dengan Persentase 0.9%.

Tabel 4.8

Distribusi Responden Berdasarkan Desain (Warna, Gambar, dan Font)

Halaman Blog

N=110

Desain Halaman Blog	Frekuensi	Persentase
Sangat Menarik	36	32.7%
Menarik	67	60.9%
Kurang Menarik	7	6.4%
Tidak Tertarik	0	0%
Total	62	100%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Merujuk pada tabel 4.8, menjelaskan bahwa desain halaman blog (warna, gambar dan font) dari 110 responden, 67 diantaranya mengatakan bahwa desain halaman blog mereka menarik dengan Persentase 60.9%. Responden yang mengatakan sangat menarik berjumlah 36 orang dengan Persentase 32.7%. Sisanya yaitu 7 responden mengatakan kurang menarik memiliki Persentase 6.4%. Serta, tidak ada responden yang menjawab bahwa desain halaman blog mereka tidak menarik.

Tabel 4.9

Distribusi Responden Berdasarkan Isi (konten) Mengenai Anda

N=110

Isi (konten) Mengenai Anda	Frekuensi	Persentase
Sangat Sering	31	28.2%
Sering	42	38.2%
Kadang-kadang	30	27.3%
Tidak pernah	7	6.4%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Berdasarkan tabel 4.9, responden yang mengatakan bahwa isi atau konten blog sangat sering sebesar 31 dengan persentase sebesar 28.2% dan yang mengatakan Kadang-kadang berjumlah 30 orang dengan Persentase 27.3%. Persentase paling rendah yaitu 6.5% atau 4 responden mengatakan tidak pernah kontennya berisi tentang mereka. Persentase tertinggi yaitu 38.2% atau sebanyak 42 responden mengatakan sering.

Tabel 4.10

Distribusi Responden Berdasarkan Pengunjung Memberikan Komentar

N=110

Pengunjung Memberikan Komentar	Frekuensi	Persentase
Sangat Sering	21	19.1%
Sering	34	30.9%
Kadang-kadang	49	44.5%
Tidak pernah	6	5.5%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Hasil dari tabel 4.10 menjelaskan bahwa pengunjung blog memberikan komentar pada blog responden dengan presentasi sangat rendah yaitu 5.5% yaitu 6 orang responden, tidak pernah memberikan komentar. Sebanyak 21 responden menjawab pengunjung sangat sering memberikan komentar dengan Persentase 19.1%. Pengunjung sering memberikan komentar pada blog responden dengan presentasi 30.9% atau 34 responden. Persentase tertinggi yaitu 44.5% atau 49 dari 110 responden menjawab blog mereka kadang-kadang di komentari pengunjung.

Tabel 4.11

Distribusi Responden Berdasarkan Menggunakan Aplikasi *Counter* Pengunjung

N=110

Menggunakan Aplikasi Counter Pengunjung	Frekuensi	Persentase
Sangat Sering	17	15.5%
Sering	27	24.5%
Kadang-kadang	32	29.1%
Tidak pernah	34	30.9%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Hasil tabel 4.11 menjelaskan responden yang menggunakan aplikasi *counter* pengunjung dengan presentasi tertinggi adalah 30.9% atau 34 responden dengan jawaban tidak pernah menggunakan aplikasi *counter* pengunjung. Kemudian 32 responden menjawab kadang-kadang menggunakan aplikasi *counter* pengunjung dengan Persentase 29.1%. Selebihnya, 27 responden menjawab sering dengan Persentase 24.5% dan 17 responden lainnya menjawab sangat sering dengan Persentase terendah yaitu 15.5%.

Tabel 4.12

Distribusi Responden Berdasarkan Mengontrol Blog

N=110

Mengontrol Blog	Frekuensi	Persentase
Sangat Sering	40	36.4%
Sering	29	26.4%
Kadang-kadang	36	32.7%
Tidak pernah	5	4.5%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa responden yang sangat sering mengontrol blognya yaitu 40 responden dengan Persentase 36.4%. Selanjutnya, responden yang menjawab sering mengontrol blognya yaitu 29 responden dengan Persentase 26.4%. Responden yang menjawab kadang-kadang mengontrol blog sebanyak 36 responden. Sedangkan 5 responden lainnya menjawab tidak pernah dengan Persentase 4.5%.

1.3 Tingkat Keterbukaan Diri

Pada bagian ini, data yang disajikan yakni segala sesuatu yang berhubungan dengan keterbukaan diri pengguna blog :

Tabel 4.13

Distribusi Responden Berdasarkan Blog di Baca Oleh Umum

N=110

Blog di Baca Oleh Umum	Frekuensi	Persentase
Sangat Senang	71	64.6%
Senang	38	34.5%
Kurang Senang	1	0.9%
Tidak Senang	0	0.0%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa responden sangat senang jika blognya di baca oleh umum dengan Persentase 64.6% yakni sebanyak 71 responden. Responden yang menjawab senang sebanyak 38 responden dengan Persentase 34.5%. Tidak hanya itu, ternyata ada 1 responden yang menjawab tidak senang jika blognya dibaca oleh umum dengan Persentase 0.9%.

Tabel 4.14

**Distribusi Responden Berdasarkan Tidak Keberatan Isi Blog di Komentari
Orang Lain**

N=110

Blog Dikomentari Orang Lain	Frekuensi	Persentase
Tidak Keberatan	106	96.4%
Kurang Keberatan	4	3.6%
Keberatan	0	0.0%
Sangat Keberatan	0	0.0%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Berdasarkan tabel 4.14 dapat dilihat bahwa dari 110 responden, 106 orang mengatakan tidak keberatan isi blog mereka dikomentari orang lain dengan Persentase tertinggi yaitu 96.4%. Selebihnya yaitu 4 responden menjawab kurang keberatan jika isi blog dikomentari orang lain dengan Persentase 3.6%.

Tabel 4.15

Distribusi Responden Berdasarkan Memberikan Komentar Balasan Kepada Blogger Lain

N=110

Komentar Balasan Kepada Blogger Lain	Frekuensi	Persentase
Sangat Sering	41	37.3%
Sering	38	34.5%
Kadang-kadang	23	20.9%
Tidak pernah	8	7.3%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Hasil tabel 4.15 menjelaskan bahwa dari 110 responden, 8 diantaranya menjawab tidak pernah memberikan komentar balasan kepada blogger lain dengan Persentase 7.3%. Jawaban kadang-kadang sebanyak 23 responden dengan Persentase 20.9%. Responden menjawab sering sebanyak 38 responden dengan Persentase 34.5%. Sedangkan Persentase tertinggi yaitu 37.3% atau sebanyak 41 responden menjawab sangat sering membalas komentar blogger lain.

Tabel 4.16

Distribusi Responden Berdasarkan Mencantumkan Informasi (Nama, Foto, Deskripsi Diri) Pada Postingan Blog

N=110

Mencantumkan Informasi Pribadi Pada Postingan	Frekuensi	Persentase
Sangat Sering	26	23.6%
Sering	37	33.6%
Kadang-kadang	32	29.1%
Tidak pernah	15	13.6%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Berdasarkan tabel 4.16 menjelaskan bahwa dari 110 responden, 15 diantaranya tidak pernah mencantumkan informasi pribadi berupa nama, foto, dan deskripsi diri pada postingan blog dengan Persentase terendah yaitu 13.6%. Sebanyak 26 responden mengatakan Sangat sering dengan Persentase 23.6%. Selebihnya, 37 responden dengan Persentase 33.6% mengatakan sering dan 32 responden dengan Persentase 29.1% mengatakan kadang-kadang mencantumkan informasi pribadi berupa nama, foto dan deksripsi dirinya pada postingan blog.

Tabel 4.17

Distribusi Responden Berdasarkan Pandangan Mengenai Postingan Kritikan

N=110

Pandangan Mengenai Postingan Kritikan	Frekuensi	Persentase
Sudut pandang saya	41	37.3%
Sudut pandang saya dan sudut pandang orang lain yang memiliki kredibilitas terhadap topik postingan	57	51.8%
Sudut pandang orang lain	5	4.5%
Saya tidak pernah membuat postingan kritikan atau pandangan terhadap sesuatu	7	6.4%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Berdasarkan tabel 4.17 dapat dilihat bahwa 5 responden dengan Persentase 4.5% menjawab bahwa jika menulis suatu postingan berbau kritikan atau sudut pandang terhadap sesuatu ia menulisnya dari sudut pandang orang lain. Kemudian 7 responden dengan Persentase 6.4% mengatakan tidak pernah membuat postingan kritikan atau pandangan terhadap sesuatu. Blogger yang menulis dari sudut pandangnya dan sudut pandang orang lain yang memiliki kredibilitas terhadap topik postingan ada 57 responden dengan Persentase 51.8%. Sedangkan sisanya yaitu

37.3% atau sebanyak 41 blogger menjawab mereka menuliskan postingan berbau kritikan ataupun sudut pandang dari sudut pandangnya sendiri.

Tabel 4.18

Distribusi Responden Berdasarkan Menyadari Orang Lain Tahu Perasaan Anda

N=110

Menyadari Orang Lain Tahu Perasaan Anda	Frekuensi	Presentasi
Sangat Menyadari	76	69.1%
Menyadari	33	30%
Kurang Menyadari	1	0.9%
Tidak Menyadari	0	0.0%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Berdasarkan tabel 4.18, menjelaskan bahwa dari 110 responden, 1 dengan presentase 0.9% diantaranya menjawab kurang menyadari orang lain akan mengetahui perasaannya melalui sebuah postingan blog. Sedangkan 33 responden mengatakan menyadari hal tersebut dengan Persentase 30%. Sedangkan 76 responden lainnya menjawab sangat menyadari dengan Persentase tertinggi yakni 69.1%.

Tabel 4.19

Distribusi Responden Berdasarkan Setuju Orang Lain Tahu Perasaan Anda

N=110

Setuju Orang Lain Tahu Perasaan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	23	20.9%
Setuju	57	51.8%
Kurang Setuju	19	17.3%
Tidak Setuju	11	10.0%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Hasil dari tabel 4.19 menjelaskan bahwa responden setuju jika orang lain tahu perasaan mereka melalui sebuah postingan blog. Jawaban terbanyak yaitu 57 responden mengatakan setuju dengan Persentase 51.8%. Responden yang menjawab kurang setuju sebanyak 19 responden dengan Persentase 17.3%. Sedangkan 11 responden dengan Persentase 10% mengatakan tidak setuju dan 23 responden lainnya mengatakan sangat setuju dengan Persentase terendah yaitu 20.9%.

Tabel 4.20

Distribusi Responden Berdasarkan Menganggap Blog Sebagai *Diary*

N=110

Menganggap Blog Sebagai <i>Diary</i>	Frekuensi	Persentase
Sangat Sering	25	22.7%
Sering	44	40.0%
Kadang-Kadang	27	24.5%
Tidak pernah	14	12.7%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Berdasarkan tabel 4.20 responden menganggap blog sebagai *diary* dengan Persentase terendah yaitu 12.7% atau 14 responden mengatakan tidak pernah. Responden menjawab Sangat sering sebanyak 25 orang dengan Persentase 22.7%. Responden yang menjawab kadang-kadang sebanyak 27 responden atau 24.5% dan Persentase tertinggi yaitu 40% atau sebanyak 44 responden mengatakan sering menganggap blog sebagai *diary*.

Tabel 4.21

Distribusi Responden Berdasarkan Cerita Impian Masa Depan

N=110

Cerita Impian Masa Depan	Frekuensi	Persentase
Sangat Sering	18	16.4%
Sering	29	26.4%
Kadang-Kadang	36	32.7%
Tidak pernah	27	24.5%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Hasil tabel 4.21 yaitu mengenai cerita impian masa depan pada sebuah postingan blog. Jawaban sangat sering sebanyak 18 dengan persentase sebesar 16.4% dan yang menjawab sering sebanyak 29 responden dengan Persentase 26.4%. Responden menjawab tidak pernah sebanyak 27 responden dengan Persentase 24.5%. Sedangkan 36 responden lainnya mengatakan kadang-kadang menceritakan impian masa depan dengan Persentase paling tinggi yaitu 32.7%.

Tabel 4.22

Distribusi Responden Berdasarkan Cerita Tentang Masa Lalu

N=110

Cerita Tentang Masa Lalu	Frekuensi	Persentase
Sangat Sering	15	13.6%
Sering	34	30.9%
Kadang-Kadang	44	40.0%
Tidak pernah	17	15.5%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Hasil tabel 4.22 menjelaskan tentang postingan blog mengenai masa lalu. Sebanyak 15 responden mengatakan sangat sering menceritakan masa lalu dengan Persentase 13.6%. Responden menjawab tidak pernah sebanyak 17 responden dengan Persentase 15.5%. Sedangkan 34 responden dengan Persentase 30.9% menjawab sering dan 44 sisanya dengan Persentase 40% menjawab kadang-kadang menceritakan masa lalu pada sebuah postingan blog.

Tabel 4.23

Distribusi Responden Berdasarkan Bebas Menuliskan Perasaan

N=110

Bebas Menuliskan Perasaan	Frekuensi	Persentase (%)
Sangat Bebas	44	40%
Bebas	58	52.7%
Kurang Bebas	8	7.3%
Tidak Bebas	0	0.0%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Hasil tabel 4.23 menjelaskan mengenai apakah seorang blogger merasa bebas menuliskan perasaan mereka pada blog. Sebanyak 8 responden dengan persentase 7.3% mengatakan kurang bebas. Selanjutnya 44 responden dengan Persentase 40% mengatakan sangat bebas. Sedangkan 58 lainnya dengan Persentase tertinggi yaitu 52.7% mengatakan bahwa mereka merasa bebas menuliskan perasaannya pada blog yang mereka miliki.

Tabel 4.24

**Distribusi Responden Berdasarkan Setuju Komunitas Blogger Mengadakan
Pertemuan**

N=110

Setuju Komunitas Blogger Mengadakan Pertemuan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	66	60.0%
Setuju	41	37.3%
Kurang Setuju	2	1.8%
Tidak Setuju	1	0.9%
Total	110	100.0%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Tabel 4.24 menjelaskan mengenai kesetujuan responden terhadap blogger yang mengadakan pertemuan di dunia nyata atau yang sering disebut kopi darat atau kopdar. Persentase responden sangat setuju yaitu 60% atau sebanyak 66 responden. 41 responden dengan Persentase 37.3% mengatakan setuju. Selebihnya, 2 responden dengan Persentase 1.8% mengatakan tidak setuju dan 1 responden lainnya yakni 0.9% mengatakan ia tidak setuju.

1.4 Tabel Silang

Tabel 4.25

Tabel Silang antara Sudah Berapa Lama Responden Menjadi Seorang Blogger dan Mencantumkan Informasi Diri Pada Postingan

N=110

Lama Menjadi Blogger	Mencantumkan Informasi Diri Pada Postingan			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	10	6	4	20
	9.10%	5.50%	3.60%	18.20%
Sedang	4	8	3	15
	3.60%	7.30%	2.70%	13.60%
Tinggi	33	23	19	75
	30.00%	20.90%	17.30%	68.20%
Total	47	37	26	110
	42.70%	33.60%	23.60%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4. 25 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah mengenai lamanya responden menjadi blogger yaitu <1 tahun dengan mencantumkan informasi diri pada postingan sebanyak 10 responden (9.10%). Frekuensi sedang mengenai lamanya responden menjadi blogger yaitu 1-3 tahun dengan mencantumkan informasi diri pada postingan yaitu sebanyak 8 responden (7.30%) dan kemudian frekuensi tinggi mengenai lamanya responden menjadi blogger yaitu

>3 tahun dengan mencantumkan informasi diri pada postingan yaitu 19 responden (17.30%).

Tabel 4.26

Tabel Silang antara Sudah Berapa Lama Responden Menjadi Seorang Blogger dan Pandangan Mengenai Postingan Yang Berbau Kritikan

N=110

Lama Menjadi Blogger	Pandangan Mengenai Postingan Yang Berbau Kritikan			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	14	0	6	20
	12.70%	0.00%	5.50%	18.20%
Sedang	5	1	9	15
	4.50%	0.90%	8.20%	13.60%
Tinggi	45	4	26	75
	40.90%	3.60%	23.60%	68.20%
Total	64	5	41	110
	58.20%	4.50%	37.30%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4.26 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah lamanya responden menjadi blogger yaitu <1 tahun dengan Pandangan mengenai postingan yang berbau kritikan yaitu 14 responden (12.70%). Frekuensi sedang lamanya responden menjadi blogger yaitu 1-3 tahun dengan Pandangan mengenai postingan yang berbau kritikan yaitu 1 responden (0.90%). Kemudian frekuensi tinggi lamanya

responden menjadi blogger yaitu >3 tahun dengan menceritakan masa lalu pada postingan di blog yaitu 26 responden (23.60%)

Tabel 4.27

Tabel Silang antara Sudah Berapa Lama Responden Menjadi Seorang Blogger dan Menganggap Blog Sebagai *Diary*

N=110

Lama Menjadi Blogger	Menganggap Blog Sebagai Diary			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	13	7	0	20
	11.80%	6.40%	0.00%	18.20%
Sedang	3	5	7	15
	2.70%	4.50%	6.40%	13.60%
Tinggi	25	32	18	75
	22.70%	29.10%	16.40%	68.20%
Total	41	44	25	110
	37.30%	40.00%	22.70%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4.27 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah lamanya responden menjadi blogger yaitu <1 tahun dengan menganggap blog sebagai *diary* yaitu 13 responden (11,80%). Frekuensi sedang lamanya responden menjadi blogger yaitu 1-3 tahun dengan menganggap blog sebagai *diary* yaitu 5 responden (4.50%).

Kemudian frekuensi tinggi lamanya responden menjadi blogger yaitu >3 tahun dengan menganggap blog sebagai *diary* yaitu 18 responden (16.40%).

Tabel 4.28

Tabel Silang antara Sudah Berapa Lama Responden Menjadi Seorang Blogger dan Merasa Bebas Menuliskan Perasaan

N=110

Lama Menjadi Blogger	Merasa Bebas Menuliskan Perasaan			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	3	10	7	20
	2.70%	9.10%	6.40%	18.20%
Sedang	2	8	5	15
	1.80%	7.30%	4.50%	13.60%
Tinggi	3	40	32	75
	2.70%	36.40%	29.10%	68.20%
Total	8	58	44	110
	7.30%	52.70%	40.00%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4.28 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah frekuensi rendah lamanya responden menjadi blogger yaitu <1 tahun dengan merasa bebas menuliskan perasaan yaitu sebanyak 3 responden (2.70%). Frekuensi sedang lamanya responden menjadi blogger yaitu 1-3 tahun dengan merasa bebas menuliskan perasaan yaitu sebanyak 8 responden (7.30%). Kemudian frekuensi tinggi lamanya responden

menjadi blogger yaitu >3 tahun dengan merasa bebas menuliskan perasaan yaitu 32 responden (29.10%).

Tabel 4.29

Tabel Silang antara Frekuensi Menggunakan Blog dan Mencantumkan Informasi Diri Pada Postingan

N=110

Frekuensi Menggunakan Blog	Mencantumkan Informasi Diri Pada Postingan			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	45	23	17	85
	40.90%	20.90%	15.50%	77.30%
Sedang	2	11	7	20
	1.80%	10.00%	6.40%	18.20%
Tinggi	0	3	2	5
	0.00%	2.70%	1.80%	4.50%
Total	47	37	26	110
	42.70%	33.60%	23.60%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4.29 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah frekuensi responden *ngeblog* selama seminggu yaitu 1-3 kali dengan mencantumkan informasi diri pada postingan yaitu sebanyak 45 responden (40.90%). Frekuensi sedang mengenai frekuensi responden *ngeblog* selama seminggu yaitu 4-9 kali dengan menceritakan masa lalu pada postingan blog yaitu 11 responden (10.0%). Sedangkan

frekuensi tinggi mengenai frekuensi responden *ngeblog* selama seminggu yaitu > 10 kali dengan menceritakan masa lalu pada postingan blog yaitu 2 responden (1.80%).

Tabel 4.30

Tabel Silang antara Frekuensi Menggunakan Blog dan Setuju Orang Lain Tahu Perasaan Anda

N=110

Frekuensi Menggunakan Blog	Setuju Orang Lain Tahu Perasaan Anda			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	27	48	10	85
	24.50%	43.60%	9.10%	77.30%
Sedang	2	8	10	20
	1.80%	7.30%	9.10%	18.20%
Tinggi	1	1	3	5
	0.90%	0.90%	2.70%	4.50%
Total	30	57	23	110
	27.30%	51.80%	20.90%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4.30 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah frekuensi responden *ngeblog* selama seminggu yaitu 1-3 kali dengan setuju orang lain tahu perasaan Anda yaitu sebanyak 27 responden (24.50%). Frekuensi sedang mengenai frekuensi responden *ngeblog* selama seminggu yaitu 4-9 kali dengan setuju orang

lain tahu perasaan Anda yaitu 8 responden (7.30%). Sedangkan frekuensi tinggi mengenai frekuensi responden *ngeblog* selama seminggu yaitu > 10 kali dengan setuju orang lain tahu perasaan Anda yaitu 3 responden (2.70%).

Tabel 4.31

**Tabel Silang antara Frekuensi Menggunakan Blog dan Menganggap Blog
Sebagai Diary**

N=110

Frekuensi Menggunakan Blog	Menganggap Blog Sebagai Diary			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	37	34	14	85
	33.60%	30.90%	12.70%	77.30%
Sedang	2	10	8	20
	1.80%	9.10%	7.30%	18.20%
Tinggi	2	0	3	5
	1.80%	0.00%	2.70%	4.50%
Total	41	44	25	110
	37.30%	40.00%	22.70%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4.31 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah mengenai frekuensi responden *ngeblog* selama seminggu yaitu 1-3 kali dengan menganggap blog sebagai diary yaitu sebanyak 37 responden (33.60%). Frekuensi sedang mengenai frekuensi responden *ngeblog* selama seminggu yaitu 4-9 kali dengan

menganggap blog sebagai diary yaitu 10 responden (9.10%). Sedangkan frekuensi tinggi mengenai frekuensi responden *ngeblog* selama seminggu yaitu > 10 kali dengan menganggap blog sebagai diary yaitu 3 responden (2.70%).

Tabel 4.32

Tabel Silang antara Frekuensi Menggunakan Blog dan Merasa Bebas Menuliskan Perasaan

N=110

Frekuensi Menggunakan Blog	Merasa Bebas Menuliskan Perasaan			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	8	45	32	85
	7.30%	40.90%	29.10%	77.30%
Sedang	0	11	9	20
	0.00%	10.00%	8.20%	18.20%
Tinggi	0	2	3	5
	0.00%	1.80%	2.70%	4.50%
Total	8	58	44	110
	7.30%	52.70%	40.00%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4.32 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah mengenai frekuensi responden *ngeblog* selama seminggu yaitu 1-3 kali dengan merasa bebas menuliskan perasan yaitu sebanyak 8 responden (7.30%). Frekuensi sedang mengenai frekuensi responden *ngeblog* selama seminggu yaitu 4-9 kali dengan merasa bebas

menuliskan perasan yaitu 11 responden (10.0%). Sedangkan frekuensi tinggi mengenai frekuensi responden *ngeblog* selama seminggu yaitu > 10 kali dengan merasa bebas menuliskan perasan blog yaitu 2 responden (1.80%).

Tabel 4.33

Tabel Silang antara Durasi Menggunakan Blog dan Mencantumkan Informasi Diri Pada Postingan

N=110

Durasi Menggunakan Blog	Mencantumkan Informasi Diri Pada Postingan			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	22	11	2	35
	20.00%	10.00%	1.80%	31.80%
Sedang	18	18	13	49
	16.40%	16.40%	11.80%	44.50%
Tinggi	7	8	11	26
	6.40%	7.30%	10.00%	23.60%
Total	47	37	26	110
	42.70%	33.60%	23.60%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4.33 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah mengenai waktu yang dihabiskan setiap kali *ngeblog* yaitu < 1 jam dengan mencantumkan informasi diri pada postingan yaitu sebanyak 22 responden (20%). Frekuensi sedang waktu yang dihabiskan setiap kali *ngeblog* yaitu 1-3 jam dengan mencantumkan informasi

diri pada postingan yaitu sebanyak 18 responden (16.4%). Kemudian frekuensi tinggi mengenai waktu yang dihabiskan setiap kali *ngeblog* yaitu >3 jam dengan mencantumkan informasi diri pada postingan yaitu 11 responden (10%).

Tabel 4.34

Tabel Silang antara Durasi Menggunakan Blog dan Pandangan Mengenai Postingan Yang Berbau Kritikan

N=110

Durasi Menggunakan Blog	Pandangan Mengenai Postingan Yang Berbau Kritikan			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	21	0	14	35
	19.10%	0.00%	12.70%	31.80%
Sedang	24	4	21	49
	21.80%	3.60%	19.10%	44.50%
Tinggi	19	1	6	26
	17.30%	0.90%	5.50%	23.60%
Total	64	5	41	110
	58.20%	4.50%	37.30%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4.34 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah mengenai waktu yang dihabiskan setiap kali *ngeblog* yaitu < 1 jam dengan pandangan mengenai postingan yang berbau kritikan yaitu sebanyak 21 responden (1910%). Frekuensi sedang waktu yang dihabiskan setiap kali *ngeblog* yaitu 1-3 jam dengan pandangan

mengenai postingan yang berbau kritikan yaitu sebanyak 4 responden (3.60%). Kemudian frekuensi tinggi mengenai waktu yang dihabiskan setiap kali *ngeblog* yaitu >3 jam dengan pandangan mengenai postingan yang berbau kritikan yaitu 6 responden (5.50%).

Tabel 4.35

Tabel Silang antara Durasi Menggunakan Blog dan Menganggap Blog Sebagai Diary

N=110

Durasi Menggunakan Blog	Menganggap Blog Sebagai Diary			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	23	9	3	35
	20.90%	8.20%	2.70%	31.80%
Sedang	9	27	13	49
	8.20%	24.50%	11.80%	44.50%
Tinggi	9	8	9	26
	8.20%	7.30%	8.20%	23.60%
Total	41	44	25	110
	37.30%	40.00%	22.70%	100.00%

Sumber: *Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017*

Pada tabel 4.35 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah mengenai waktu yang dihabiskan setiap kali *ngeblog* yaitu < 1 jam dengan menganggap blog sebagai *diary* yaitu sebanyak 23 responden (20.90%). Frekuensi sedang waktu yang dihabiskan setiap kali *ngeblog* yaitu 1-3 jam dengan menganggap blog sebagai *diary*

yaitu sebanyak 27 responden (24.50%). Kemudian frekuensi tinggi mengenai waktu yang dihabiskan setiap kali *ngeblog* yaitu >3 jam dengan menganggap blog sebagai *diary* yaitu 9 responden (8.20%).

Tabel 4.36

Tabel Silang antara Durasi Menggunakan Blog dan Merasa Bebas Menuliskan Perasaan

N=110

Durasi Menggunakan Blog	Merasa Bebas Menuliskan Perasaan			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	7	21	7	35
	6.40%	19.10%	6.40%	31.80%
Sedang	1	22	26	49
	0.90%	20.00%	23.60%	44.50%
Tinggi	0	15	11	26
	0.00%	13.60%	10.00%	23.60%
Total	8	58	44	110
	7.30%	52.70%	40.00%	100.00%

Sumber: *Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017*

Pada tabel 4.36 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah mengenai waktu yang dihabiskan setiap kali *ngeblog* yaitu < 1 jam dengan menganggap blog sebagai *diary* yaitu sebanyak 7 responden (11.3%). Frekuensi sedang waktu yang dihabiskan setiap kali *ngeblog* yaitu 1-3 jam dengan menganggap blog sebagai *diary* yaitu sebanyak 5 responden (8.1%). Kemudian frekuensi tinggi mengenai waktu yang

dihabiskan setiap kali *ngeblog* yaitu >3 jam dengan menganggap blog sebagai *diary* yaitu 2 responden (3.2%).

Tabel 4.37

Tabel Silang antara Mengontrol Blog dan Mencantumkan Informasi Diri Pada Postingan

N=110

Mengontrol Blog	Mencantumkan Informasi Diri Pada Postingan			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	29	8	4	41
	26.40%	7.30%	3.60%	37.30%
Sedang	8	13	8	29
	7.30%	11.80%	7.30%	26.40%
Tinggi	10	16	14	40
	9.10%	14.50%	12.70%	36.40%
Total	47	37	26	110
	42.70%	33.60%	23.60%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4.37 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah mengontrol blog dengan mencantumkan informasi diri pada postingan adalah sebanyak 29 responden (26.40%). Frekuensi sedang mengontrol blog dengan mencantumkan informasi diri pada postingan adalah sebanyak 13 responden (11.80%). Kemudian frekuensi tinggi mengontrol blog dengan mencantumkan informasi diri pada postingan adalah sebanyak 14 responden (12.70%).

Tabel 4.38

**Tabel Silang antara Mengontrol Blog dan Setuju Orang Lain Tahu Perasaan
Anda**

N=110

Mengontrol Blog	Setuju Orang Lain Tahu Perasaan Anda			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	13	26	2	41
	11.80%	23.60%	1.80%	37.30%
Sedang	7	15	7	29
	6.40%	13.60%	6.40%	26.40%
Tinggi	10	16	14	40
	9.10%	14.50%	12.70%	36.40%
Total	30	57	23	110
	27.30%	51.80%	20.90%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4.38 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah mengontrol blog dengan setuju orang lain tahu perasaan anda adalah sebanyak 13 responden (11.80%). Frekuensi sedang mengontrol blog dengan setuju orang lain tahu perasaan anda adalah sebanyak 15 responden (13.60%). Kemudian frekuensi tinggi mengontrol blog dengan setuju orang lain tahu perasaan anda adalah sebanyak 14 responden (12.7%).

Tabel 4.39

Tabel Silang antara Mengontrol Blog dan Pandangan Mengenai Postingan Yang Berbau Kritikan

N=110

Mengontrol Blog	Pandangan Mengenai Postingan Yang Berbau Kritikan			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	18	0	23	41
	16.40%	0.00%	20.90%	37.30%
Sedang	20	1	8	29
	18.20%	0.90%	7.30%	26.40%
Tinggi	26	4	10	40
	23.60%	3.60%	9.10%	36.40%
Total	64	5	41	110
	58.20%	4.50%	37.30%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4.39 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah mengontrol blog dengan pandangan mengenai postingan yang berbau kritikan adalah sebanyak 18 responden (16.40%). Frekuensi sedang mengontrol blog dengan pandangan mengenai postingan yang berbau kritikan adalah sebanyak 1 responden (0.90%). Kemudian frekuensi tinggi mengontrol blog dengan pandangan mengenai postingan yang berbau kritikan adalah sebanyak 10 responden (9.10%).

Tabel 4.40

Tabel Silang antara Mengontrol Blog dan Menganggap Blog Sebagai Diary

N=110

Mengontrol Blog	Menganggap Blog Sebagai Diary			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	26	13	2	41
	23.60%	11.80%	1.80%	37.30%
Sedang	6	15	8	29
	5.50%	13.60%	7.30%	26.40%
Tinggi	9	16	15	40
	8.20%	14.50%	13.60%	36.40%
Total	41	44	25	110
	37.30%	40.00%	22.70%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4.40 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah mengontrol blog dengan menganggap blog sebagai diary adalah sebanyak 26 responden (23.60%). Frekuensi sedang mengontrol blog dengan menganggap blog sebagai diary adalah sebanyak 15 responden (13.60%). Kemudian frekuensi tinggi mengontrol blog dengan tidak keberatan blog dikomentari orang lain adalah sebanyak 15 responden (13.60%).

Tabel 4.41

Tabel Silang antara Mengontrol Blog dan Merasa Bebas Menuliskan Perasaan

N=110

Mengontrol Blog	Merasa Bebas Menuliskan Perasaan			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	7	23	11	41
	6.40%	20.90%	10.00%	37.30%
Sedang	0	18	11	29
	0.00%	16.40%	10.00%	26.40%
Tinggi	1	17	22	40
	0.90%	15.50%	20.00%	36.40%
Total	8	58	44	110
	7.30%	52.70%	40.00%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4.41 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah mengontrol blog dengan merasa bebas menuliskan persaan adalah sebanyak 7 responden (6.40%). Frekuensi sedang mengontrol blog dengan merasa bebas menuliskan persaan adalah sebanyak 18 responden (16.40%). Kemudian frekuensi tinggi mengontrol blog dengan merasa bebas menuliskan persaan adalah sebanyak 22 responden (20%).

Tabel 4.42

Tabel Silang Antara Blog dan Tingkat Keterbukaan Diri

N=110

Blog	Keterbukaan Diri			Total
	Rendah	Sedang	Tinggi	
Rendah	7	23	11	41
	6.40%	20.90%	10.00%	37.30%
Sedang	0	18	11	29
	0.00%	16.40%	10.00%	26.40%
Tinggi	1	17	22	40
	0.90%	15.50%	20.00%	36.40%
Total	8	58	44	110
	7.30%	52.70%	40.00%	100.00%

Sumber: Data Primer Diolah dari Kuesioner, 2017.

Pada tabel 4.51 diatas menunjukkan bahwa frekuensi rendah blog dengan keterbukaan diri adalah sebanyak 7 responden (6.40%). Frekuensi sedang blog dengan keterbukaan diri adalah sebanyak 18 responden (16.40%). Kemudian frekuensi tinggi blog dengan keterbukaan diri adalah sebanyak 22 responden (20%).

Tabel 4.43

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.198 ^a	4	.007
Likelihood Ratio	15.259	4	.004
Linear-by-Linear Association	10.047	1	.002
N of Valid Cases	110		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.11.

Tabel 4.44

Uji Korelasi Kontingensi Antara Blog dengan Tingkat Keterbukaan Diri Pada Anggota Komunitas Anging Mammiri

Symmetric Measures			
		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	.338	.007
N of Valid Cases		110	

B. Pembahasan

Hasil dari penelitian selanjutnya diolah untuk digunakan menjawab rumusan masalah dalam penelitian, yaitu bagaimana hubungan antara blog dan tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri. berikut uraian pembahasan dalam penelitian ini:

1. Hubungan antara Blog dan Tingkat Keterbukaan Diri Pada Anggota Komunitas Blogger Anging Mammiri

Hipotesis dari peneliti adalah menolak H_0 dan menerima H_a , yang artinya menolak adanya asumsi tidak ada hubungan antara blog dan tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri.

Dari hasil perhitungan diperoleh $\lambda^2 = 14.198$ dengan derajat kebebasan 4. Sedangkan nilai chi kuadrat tabel pada taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan 4 sebesar 9,488, sehingga nilai λ^2 perhitungan lebih besar dari λ^2 tabel nilai chi kuadrat dengan taraf signifikansi 5%, maka menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antar variable signifikan, artinya terdapat hubungan antara variabel X (blog) dan variabel Y (keterbukaan diri). Artinya, hipotesis H_a diterima dan menolak H_0 .

2. Derajat Keerataan Hubungan antara Blog dan Tingkat Keterbukaan Diri Pada Anggota Komunitas Blogger Anging Mammiri

Selanjutnya adalah melihat masalah penelitian yang kedua yaitu mencari derajat hubungan antara blog dan tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas Anging Mammiri. Hubungan ini di cari melalui 2 variabel yaitu variable bebas (X) dan variable terikat (Y). Variabel bebas yaitu blog dan variable terikat adalah keterbukaan diri anggota komunitas Anging Mammiri.

Untuk mengetahui derajat hubungan antara blog dan keterbukaan diri dilakukan dengan menggunakan analisis korelasi. Kekuatan hubungan menunjukkan derajat hubungan ini disebut koefisien korelasi. Nilai koefisien korelasi sebagai berikut (Kriyantono, 2006 : 172-173):

< 0,20	: hubungan rendah sekali
0,20 - 0,39	: hubungan rendah tapi pasti
0,40 - 0,70	: hubungan yang cukup berarti
0,71 - 0,90	: hubungan yang tinggi, kuat
0,90	: hubungan yang sangat tinggi, kuat sekali, dapat diandalkan

H_0 diterima apabila hasil pengujian melalui spss berada diatas ($>$) nilai α sebesar 0.05. H_a diterima apabila hasil pengujian melalui spss berada dibawah ($<$) nilai α sebesar 0.05

Sedangkan untuk mengukur koefisien korelasi antara variabel X (blog) dan variabel Y (keterbukaan diri) maka digunakan perhitungan Korelasi Kontingansi. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi, dinyatakan koefisien korelasi Kontingansi adalah = 0,338. Hasil dari perhitungan tersebut menunjukkan adanya hubungan yang rendah tapi pasti antara blog dan tingkat keterbukaan diri (*self-disclosure*) pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri. Sementara untuk melihat adanya hubungan, dilihat berdasarkan r hitung $0,001 < r$ tabel 0,005 yang menunjukkan adanya hubungan.

Dari hasil uji korelasi Kontingansi di atas, terlihat hubungan antara blog dan tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri ialah hubungan positif, artinya hubungan ini tidak saling bertolak belakang antar variabel bebas dan variabel terikat. Jika nilai dari variabel bebas naik, maka nilai variabel terikat juga naik, begitu pula sebaliknya.

Arti dari tanda korelasi pada koefisien korelasi menghasilkan 0,338 yang berarti menunjukkan arah hubungan yang rendah tapi pasti antara variabel X dan variabel Y. Jadi, hal ini menunjukkan bahwa semakin sering penggunaan blog maka semakin tinggi tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri maupun sebaliknya. Yaitu semakin jarang menggunakan blog maka semakin rendah tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri ataupun sebaliknya. Semakin jarang menggunakan blog maka semakin rendah pula tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri.

Signifikansi hasil korelasi dapat dilihat berdasarkan perbandingan probabilitas dan tanda */** (*flag of significant*) yang diberikan SPSS. Apabila probabilitas dan $>0,005$ maka H_0 ditolak, jika probabilitas $<0,005$ maka H_0 diterima. Berdasarkan tabel 4.53 diatas, pada bagian output korelasi menunjukkan pasangan data yang berkorelasi secara signifikan. Yaitu antara pengguna blog memiliki hubungan dengan keterbukaan diri pada anggota komunitas Anging Mammiri.(probabilitas 0,001 yang lebih kecil dari 0,005

atau $0,001 < 0,005$). Setelahnya maka dapat dilihat variabel pada pengguna blog terhadap keterbukaan diri pada anggota komunitas Anging Mammiri menunjukkan bahwa kedua variabel berkorelasi secara signifikan. Pada tabel analisis diatas, dapat dirangkumkan bahwa hasil uji hipotesis pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri adalah 0,338. Maka sesuai kaidah Kontingansi r koefisien jika $r > 0$ maka hipotesis diterima. Signifikansi korelasi diketahui dari probabilitas yang lebih kecil dari 0,005 ($0,001 < 0,005$) dan tanda ** (*flag significant*) yang menunjukkan adalah signifikan. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima dan hubungannya signifikan.

Meskipun terdapat hubungan yang rendah tapi pasti antara blog dan tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri, tetapi blogger tetap menyukai kegiatan *blogging*. Tingkat keterbukaan dirinya cenderung terbuka yaitu mereka membagikan hal-hal yang ingin mereka bagi kepada pembacanya.

Blog adalah salah satu media sosial yang mana blog ini juga mempunyai laman yang sangat besar, dan membebaskan penggunanya berekspresi untuk menuangkan sebuah cerita tanpa ada batasan dan ketentuan. Saat ini blog yang merupakan website pribadi dikelola secara individu ataupun kelompok. Blog pada awalnya di temukan oleh John Barger pada Desember 1977.

Kemudian blog menjadi sebuah halaman yang di isi catatan harian pribadi dan bersifat online yang berada di dunia maya. Hal ini berdasarkan keinginan Marc Andersen pada tahun 1993 yang menjadikan blog sebagai *diary* atau catatan harian pribadi. Pengguna blog di sebut blogger yang kemudian pada Hari Blogger Nasional 2016, kata blogger diterapkan dalam bahasa Indonesia menjadi bloger tanpa dobel 'g'.

Pada umumnya bloger memang memiliki hobi menulis. Mereka menuliskan apa yang mereka sukai, apa yang sedang mereka rasakan, pikirkan dan apa yang mereka alami. Ketika seorang bloger menuangkan pikirannya menjadi tulisan hal itu termasuk dalam bagian komunikasi intrapribadi. Komunikasi intrapribadi adalah penggunaan bahasa maupun pikiran yang terjadi di dalam diri seseorang itu sendiri dengan suatu subjek yang tidak nampak. Komunikasi intrapribadi ini dapat dilakuakn dalam bentuk menulis.

Menulis adalah kegiatan menuangkan kata-kata menjadi sebuah tulisan membentuk sebuah cerita yang mana dalam proses menulis terjadi juga proses relaksasi kita terhadap diri sendiri. Tujuan dari komunikasi intrapribadi ini adalah untuk mengevaluasi diri, karena untuk memahami apa yang terjadi ketika orang saling berkomunikasi, seseorang harus mengenal diri mereka sendiri sebelum mengenal orang lain.

Keterbukaan diri yang terdapat dalam penelitian ini merupakan bentuk pola hidup manusia saat ini yang terkena efek canggih teknologi karena

kehadiran internet. Saat ini pola hidup semakin meningkat agar dapat dikenal dengan cara bagaimanapun, termasuk salah satunya adalah melalui cerita pribadi tentang masa lalu, masa sekarang, serta keinginan masa depan dan hal itu diceritakan kepada orang banyak.

Penelitian ini menggunakan teori Johary Window dan melalui penelitian ini terbukti bahwa anggota komunitas blogger Anging Mammiri membuka dirinya yang berarti menunjukkan mereka berada di jendela satu, yaitu open atau terbuka. Jendela open ini menjelaskan bahwa area ini berarti mengandung informasi, perilaku sikap perasaan, keinginan, motivasi, gagasan dan sebagainya yang dapat diketahui diri sendiri dan juga diketahui orang lain.

Para blogger senang membagi cerita ataupun perasaan apa yang dirasakan melalui sebuah cerita. Selain itu, blogger juga tidak keberatan jika orang lain mengetahui perasaan atau apa yang sedang mereka alami melalui postingan di blog yang mereka punya. Berdasarkan analisis SPSS 23, maka diperoleh koefisien r sebesar 0,338.

Berdasarkan pernyataan $r > 0$, maka hipotesis bisa diterima. Karena probabilitas lebih kecil dari 0,005 maka hal ini menunjukkan signifikansi, artinya hipotesis yang diterima dalam penelitian ini adalah H_a , yaitu mengenai adanya hubungan antara blog dan tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri. Selain itu juga menolak hipotesis yang

mengatakan bahwa tidak ada hubungan di antara blog terhadap tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri.

Jadi kesimpulannya, seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa untuk mengetahui kekuatan hubungan diantara variabel X dan Y maka digunakan skala Guilford. Hasil r yaitu 0,338 yang berarti ada pada skala 0,20-0,70. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang rendah tapi pasti antara pengguna blog terhadap tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri.

Hasil uji hipotesis dari penelitian ini merupakan hasil akhir dari keseluruhan analisis data. Setelah seluruh nilai-nilai diperoleh, maka selanjutnya adalah membahas kesimpulan dan saran pada bab selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan untuk menguji bagaimana hubungan antara blog dan tingkat keterbukaan diri (*self-disclosure*) pada anggota komunitas Anging Mammiri. Serta untuk mengetahui derajat kekuatan hubungan diantara keduanya. Dari hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil perhitungan chi kuadrat diperoleh $X^2 = 14.198$ dengan derajat kebebasan 4. Sedangkan nilai chi kuadrat tabel pada taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan 4 sebesar 9,488, sehingga nilai X^2 perhitungannya lebih besar dari X^2 tabel nilai chi kuadrat dengan taraf signifikansi 5%, maka menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi antar variable signifikan, artinya terdapat hubungan antara variable variable X (blog) dan variable Y (keterbukaan diri).
2. Dari perhitungan koefisien korelasi diperoleh 0,338 atau bisa dikatakan terjadi hubungan yang positif antara variable X (blog) dan variable Y (tingkat keterbukaan diri).

Meskipun terdapat hubungan yang rendah tapi pasti berarti antara blog dan tingkat keterbukaan diri, pengguna blog tetap menyukai kegiatan *blogging* karena bisa menyalurkan hobi menulis mereka.

Semakin sering penggunaan blog maka semakin tinggi tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri maupun sebaliknya. Yaitu semakin jarang menggunakan blog maka semakin rendah tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri ataupun sebaliknya. Semakin jarang menggunakan blog maka semakin rendah pula tingkat keterbukaan diri pada anggota komunitas blogger Anging Mammiri.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan maka Periset mengemukakan saran yang diharapkan bermanfaat antara lain:

1. Para pengguna blog ataupun blogger, jangan terlalu membuka informasi diri di sosial media karena dapat membahayakan diri dan membuat kelemahan pada diri sendiri.
2. Para blogger khususnya mahasiswa harus menulis cerita-cerita yang bermanfaat untuk orang banyak, agar hobi menulis dapat menjadikan ilmu tambahan yang cukup berarti untuk masa depan.
3. Para pengguna sosial media kiranya dapat menyeimbangi komunikasi secara langsung ataupun antarpribadi dengann komunikasi menggunakan media teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Komunikasi 2.0 Teorisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: ASPIKOM.
- Arikunto, Suharsimi. 1993 *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budyatno, Muhammad dan Leila Mona Ganiem. 2011. *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Pedana Media Group.
- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Professional Books
- Hardjana, M. Agus. 2003. *Komunikasi Intrapersonal & Interpersonal*. Yogyakarta : PT Kanisius
- Hurlock, Elizabeth B. (2010). *Perkembangan Anak*. Edisi Keenam: Jilid 2. (Alih bahasa: Med. Meitasari Tjandrasa). Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rakhmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group.
- Liliweri, A. 2015. *Komunikasi Antar-personal*. Jakarta: Kencana.
- _____. 1991. *Komunikasi Antar Pribadi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Malo, Manasse dan Sri Trisnoningtias. 1986. *Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Pusat Antar Universitas Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Hasanuddin
- Mulyana, Deddy. 1996. *Human Communication Koteks-Konteks Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- _____. 2015. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nazir, Moh. 2005. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rakhmat, J. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

_____. 2003. Psikologi Komunikasi. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2006. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT Pustaka LP3S Indonesia.

_____. 1995. Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3S.

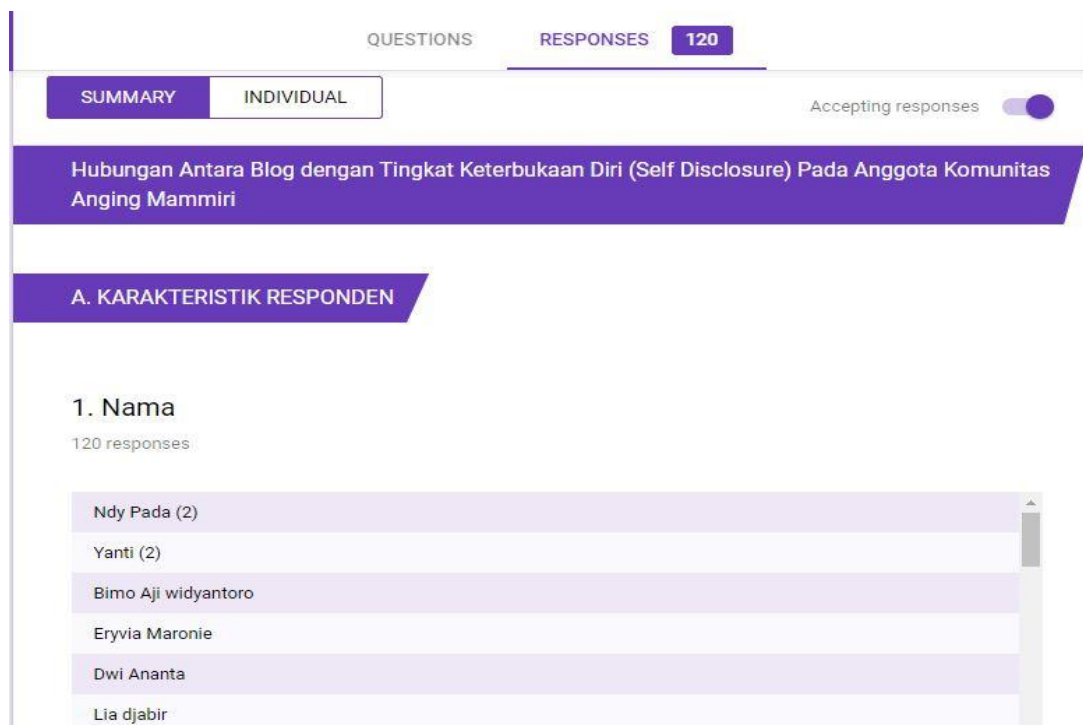
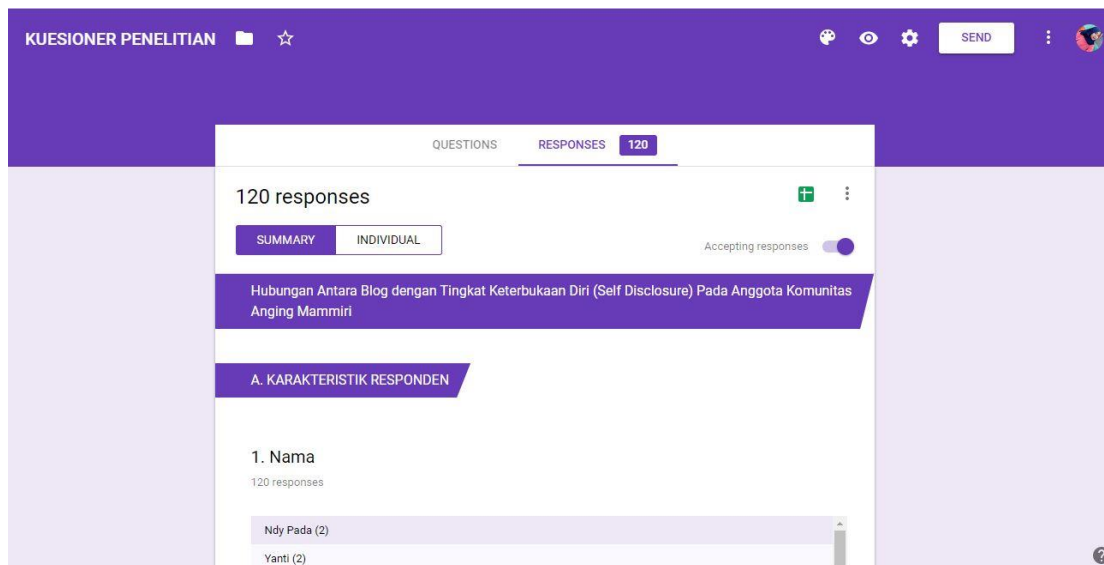
Internet

<http://www.blogooblok.com/2015/03/enam-jenis-blog-yang-harus-anda-ketahui.html>, (Diakses 17 Juli 2017, 11:24 WITA)

<http://kangobboy.blogspot.co.id/2016/08/jenis-jenis-blog-berdasarkan-tema-konten-platform.html>, (Diakses 17 Juli 2017, 11:24 WITA)

LAMPIRAN

1. Screenshoot Kuesioner Penelitian



2. Tabel Isaac dan Michael

H

PENENTUAN JUMLAH SAMPEL DARI POPULASI TERTENTU DENGAN TARAF KESALAHAN, 1, 5, DAN 10%											
N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

3. Tabel Chi-Square

NILAI-NILAI CHI KUADRAT						
dk	Tarf signifikansi					
	50%	30%	20%	10%	5%	1%
1	0,455	1,074	1,642	2,706	3,841	6,635
2	1,386	2,408	3,219	4,605	5,991	9,210
3	2,366	3,665	4,642	6,251	7,815	11,341
4	3,357	4,878	5,989	7,779	9,488	13,277
5	4,351	6,064	7,289	9,236	11,070	15,086
6	5,348	7,231	8,558	10,645	12,592	16,812
7	6,346	8,383	9,803	12,017	14,067	18,475
8	7,344	9,524	11,030	13,362	15,507	20,090
9	8,343	10,656	12,242	14,684	16,919	21,666
10	9,342	11,781	13,442	15,987	18,307	23,209
11	10,341	12,899	14,631	17,275	19,675	24,725
12	11,340	14,011	15,812	18,549	21,026	26,217
13	12,340	15,119	16,985	19,812	22,362	27,688
14	13,339	16,222	18,151	21,064	23,685	29,141
15	14,339	17,322	19,311	22,307	24,996	30,578
16	15,338	18,418	20,465	23,542	26,296	32,000
17	16,338	19,511	21,615	24,769	27,587	33,409
18	17,338	20,601	22,760	25,989	28,869	34,805
19	18,338	21,689	23,900	27,204	30,144	36,191
20	19,337	22,775	25,038	28,412	31,410	37,566
21	20,337	23,858	26,171	29,615	32,671	38,932
22	21,337	24,939	27,301	30,813	33,924	40,289
23	22,337	26,018	28,429	32,007	35,172	41,638
24	23,337	27,096	29,553	33,196	35,415	42,980
25	24,337	28,172	30,675	34,382	37,652	44,314
26	25,336	29,246	31,795	35,563	38,885	45,642
27	26,336	30,319	32,912	36,741	40,113	46,963
28	27,336	31,391	34,027	37,916	41,337	48,278
29	28,336	32,461	35,139	39,087	42,557	49,588
30	29,336	33,530	36,250	40,256	43,773	50,892

4. Kuesioner

Judul Penelitian :

Hubungan Antara Blog dan Tingkat Keterbukaan Diri (*Self Disclosure*) Pada Anggota Komunitas Blogger Anging Mammiri

Saya Ayu Indah, Mahasiswa Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Hasanuddin, hendak mengadakan penelitian skripsi seputar Blog dan Tingkat Keterbukaan Diri pada komunitas Blogger Anging Mammiri. Berkaitan dengan ini, saya memohon bantuan dari Anda untuk mengisi Kuesioner dimana waktu yang dibutuhkan untuk mengisi Kuesioner ini berkisar 7-10 menit.

Tidak ada jawaban yang benar atau salah, jadi silahkan isilah setiap butir pertanyaan/ Pernyataan sesuai dengan keadaan diri Anda yang sebenarnya. Semua jawaban Anda akan dijaga kerahasiaannya. Atas kerjasamanya saya ucapkan banyak terima kasih.

A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Nama :

2. Jenis Kelamin : 1. Laki-Laki

2. Perempuan

3. Usia

1. \leq 18 tahun

2. 19 – 30 tahun
3. 31 – 40 tahun
4. ≥ 40 tahun
4. Alamat Blog :
5. Apakah isi (konten) halaman blog Anda?
 - A. Catatan harian (pengalaman hidup)
 - B. Informasi berupa pendidikan, kuliner, fashion, beauty, travelling, otomotif dan lainnya yang menyangkut minat, hobi dan bakat
 - C. Puisi berdasarkan kenyataan
 - D. Cerita pendek (cerpen)

B. Variabel Bebas (Blog)

6. Sudah berapa lama Anda menjadi seorang blogger?
 1. < 1 tahun (Baru Saja)
 2. 1-2 tahun (Belum lama)
 3. 2-3 tahun (Sudah lama)
 4. >3 tahun (Sudah sangat lama)
7. Berapa kali Anda *ngeblog* dalam satu minggu?
 1. 1-3 kali (Kurang sekali)
 2. 4-6 kali (Jarang)

3. 7-9 kali (Sering)
 4. >10 kali (Sangat sering)
8. Berapa banyak waktu yang Anda habiskan setiap kali *ngeblog*?
1. <1 Jam (Sedikit)
 2. 1-2 Jam (Kurang banyak)
 3. 2-3 Jam (Banyak)
 4. >3 Jam (Sangat banyak)
9. Apakah tampilan halaman blog Anda menarik?
1. Tidak Menarik
 2. Kurang Menarik
 3. Menarik
 4. Sangat menarik
10. Apakah Anda tertarik dengan desain (warna, gambar, dan font) yang ada di halaman blog Anda?
1. Tidak tertarik
 2. Kurang tertarik
 3. Tertarik
 4. Sangat tertarik
11. Apakah isi (konten) blog Anda, sering mengenai Anda?
1. Tidak pernah
 2. Kadang-kadang

3. Sering
4. Sangat sering

12. Apakah sering pengunjung memberikan komentar di blog Anda?

1. Tidak pernah
2. Kadang-kadang
3. Sering
4. Sangat sering

13. Apakah Anda sering menggunakan aplikasi counter pengunjung?

1. Tidak pernah
2. Kadang-kadang
3. Sering
4. Sangat sering

14. Apakah Anda selalu mengontrol blog yang Anda miliki sampai saat ini?

1. Tidak pernah
2. Kadang-kadang
3. Sering
4. Sangat sering

C. Variabel Terikat (Keterbukaan Diri)

15. Apakah Anda senang blog Anda dibaca oleh umum?

1. Tidak Senang

2. Kurang Senang

3. Senang

4. Sangat senang

16. Apakah Anda tidak merasa keberatan jika isi blog Anda dikomentari orang?

1. Tidak keberatan

2. Kurang keberatan

3. Keberatan

4. Sangat keberatan

17. Apakah Anda sering memberikan komentar balasan kepada blogger lain yang mengomentari tulisan Anda?

1. Tidak pernah

2. Kadang-kadang

3. Sering

4. Sangat sering

18. Apakah Anda sering mencantumkan informasi (nama, foto, deskripsi diri Anda) disetiap postingan blog Anda?

1. Tidak pernah

2. Kadang-kadang

3. Sering

4. Sangat sering

19. Apakah jika membuat suatu postingan yang berbaur kritikan atau pandangan,

Anda menulisnya dari sudut pandang Anda?

1. Saya tidak pernah membuat postingan kritikan atau pandangan terhadap sesuatu
2. Sudut pandang orang lain
3. Sudut pandang saya dan beberapa sudut pandang orang lain yang memiliki kredibilitas terhadap topik postingan
4. Sudut pandang saya

20. Apakah Anda menyadari bahwa dengan memposting tulisan di blog, maka

secara tidak langsung orang lain akan tahu mengenai keadaan ataupun perasaan Anda?

1. Tidak menyadari
2. Kurang menyadari
3. Menyadari
4. Sangat menyadari

21. Apakah Anda setuju, jika orang lain tahu Anda sedang mengalami sebuah

masalah, kejadian (bahagia atau sedih), ataupun tekanan dari isi blog Anda?

1. Tidak setuju
2. Kurang setuju
3. Setuju
4. Sangat setuju

22. Apakah Anda sering menganggap blog sebagai *diary* Anda?

1. Tidak pernah
2. Kadang-kadang
3. Sering
4. Sangat sering

23. Apakah Anda sering memposting cerita impian tentang masa depan Anda, di halaman blog Anda?

1. Tidak pernah
2. Kadang-kadang
3. Sering
4. Sangat sering

24. Apakah Anda sering memposting cerita tentang masa lalu Anda, di halaman?

1. Tidak pernah
2. Kadang-kadang
3. Sering
4. Sangat sering

25. Apakah Anda merasa bebas untuk menuliskan perasaan atau pikiran Anda di blog?

1. Tidak bebas
2. Kurang bebas
3. Bebas

4. Sangat bebas

26. Setujukah Anda dengan munculnya komunitas blogger kemudian mengadakan pertemuan atau sering dikenal dengan istilah kopi darat (kopdar) di dunia nyata?

1. Tidak setuju

2. Kurang setuju

3. Setuju

4. Sangat setuju

5. Hasil Olah Data Kuesioner dengan Menggunakan SPSS 23.0

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	47	42.7	42.7	42.7
	Perempuan	63	57.3	57.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 18 tahun	4	3.6	3.6	3.6
	19-30 tahun	33	30.0	30.0	33.6
	31-40 tahun	71	64.5	64.5	98.2
	> 40 tahun	2	1.8	1.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Jenis Blog

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Catatan harian (pengalaman hidup)	2	1.8	1.8	1.8
	Informasi yang menyangkut minat, hobi dan bakat	4	3.6	3.6	5.5
	Puisi berdasarkan kenyataan	81	73.6	73.6	79.1
	Cerita pendek (cerpen)	23	20.9	20.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Lama Menjadi Blogger

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 tahun	3	2.7	2.7	2.7
	1-2 tahun	17	15.5	15.5	18.2
	2-3 tahun	15	13.6	13.6	31.8
	> 3 Tahun	75	68.2	68.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Frekuensi Menggunakan Blog

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3 kali	56	50.9	50.9	50.9
	4-6 kali	29	26.4	26.4	77.3
	7-9 kali	20	18.2	18.2	95.5
	> 10 kali	5	4.5	4.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Durasi Menggunakan Blog

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 jam	8	7.3	7.3	7.3
	1-2 jam	27	24.5	24.5	31.8
	2-3 jam	49	44.5	44.5	76.4
	> 3 jam	26	23.6	23.6	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Tampilan Halaman Blog

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Menarik	1	.9	.9	.9
	Kurang Menarik	18	16.4	16.4	17.3
	Menarik	62	56.4	56.4	73.6
	Sangat Menarik	29	26.4	26.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Desain Halaman Blog

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang tertarik	7	6.4	6.4	6.4
	Tertarik	67	60.9	60.9	67.3
	Sangat tertarik	36	32.7	32.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Isi Mengenai Anda

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak pernah	7	6.4	6.4	6.4
	Kadang-kadang	30	27.3	27.3	33.6
	Sering	42	38.2	38.2	71.8
	Sangat sering	31	28.2	28.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Pengunjung Memberikan Komentar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak pernah	6	5.5	5.5	5.5
	Kadang-kadang	49	44.5	44.5	50.0
	Sering	34	30.9	30.9	80.9
	Sangat sering	21	19.1	19.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Menggunakan Aplikasi Counter Pengunjung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak pernah	34	30.9	30.9	30.9
	Kadang-kadang	32	29.1	29.1	60.0
	Sering	27	24.5	24.5	84.5
	Sangat sering	17	15.5	15.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Mengontrol Blog

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak pernah	5	4.5	4.5	4.5
	Kadang-kadang	36	32.7	32.7	37.3
	Sering	29	26.4	26.4	63.6
	Sangat sering	40	36.4	36.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Blog Dibaca Oleh Umum

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang senang	1	.9	.9	.9
	Senang	38	34.5	34.5	35.5
	Sangat senang	71	64.5	64.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Tidak Keberatan Isi Blog Dikomentari Orang Lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Keberatan	4	3.6	3.6	3.6
	Sangat Keberatan	106	96.4	96.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Memberikan Komentar Balasan Kepada Blogger Lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Pernah	8	7.3	7.3	7.3
	Kadang-kadang	23	20.9	20.9	28.2
	Sering	38	34.5	34.5	62.7
	Sangat sering	41	37.3	37.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Mencantumkan Informasi Diri Pada Postingan Blog

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak pernah	15	13.6	13.6	13.6
	Kadang-kadang	32	29.1	29.1	42.7
	Sering	37	33.6	33.6	76.4
	Sangat sering	26	23.6	23.6	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Pandangan Mengenai Postingan Kritikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Saya tidak pernah membuat postingan kritikan atau pandangan terhadap sesuatu	7	6.4	6.4	6.4
	Sudut pandang orang lain	5	4.5	51.8	58.2
	Sudut pandang saya dan beberapa sudut pandang orang lain yang memiliki kredibilitas terhadap topik postingan	57	51.8	4.5	62.7
	Sudut pandang saya	41	37.3	37.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Menyadari Orang Lain Tahu Perasaan Anda

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang menyadari	1	.9	.9	.9
	Menyadari	33	30.0	30.0	30.9
	Sangat menyadari	76	69.1	69.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Setuju Orang Lain Tahu Perasaan Anda

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	11	10.0	10.0	10.0
	Kurang setuju	19	17.3	17.3	27.3
	Setuju	57	51.8	51.8	79.1
	Sangat setuju	23	20.9	20.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Menganggap Blog Sebagai Diary

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak pernah	14	12.7	12.7	12.7
	Kadang-kadang	27	24.5	24.5	37.3
	Sering	44	40.0	40.0	77.3
	Sangat sering	25	22.7	22.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Cerita Impian Masa Depan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak pernah	27	24.5	24.5	24.5
	Kadang-kadang	36	32.7	32.7	57.3
	Sering	29	26.4	26.4	83.6
	Sangat sering	18	16.4	16.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Cerita Tentang Masa Lalu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak pernah	17	15.5	15.5	15.5
	Kadang-kadang	44	40.0	40.0	55.5
	Sering	34	30.9	30.9	86.4
	Sangat sering	15	13.6	13.6	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Merasa Bebas Menuliskan Perasaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang bebas	8	7.3	7.3	7.3
	Bebas	58	52.7	52.7	60.0
	Sangat bebas	44	40.0	40.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Setuju Komunitas Blogger Mengadakan Pertemuan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	.9	.9	.9
	Kurang setuju	2	1.8	1.8	2.7
	Setuju	41	37.3	37.3	40.0
	Sangat setuju	66	60.0	60.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	